

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

KARLO FILEŠ

STATISTIČKA ANALIZA DOLAZAKA STRANIH TURISTA
PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2016.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
MENADŽMENT TURIZMA I SPORTA

KARLO FILEŠ

STATISTIČKA ANALIZA DOLAZAKA STRANIH TURISTA
PREMA ZEMLJI PREBIVALIŠTA

STATISTICAL ANALYSIS OF FOREIGN TOURIST ARRIVALS
BY COUNTRY OF RESIDENCE

ZAVRŠNI RAD

Mentor:

Tibor Rodiger, prof.

ČAKOVEC, 2016.

SAŽETAK

Cilj ovog rada je prikazati turizam u Hrvatskoj uz detaljnu statističku analizu dolazaka i noćenja stranih državljana odnosno turista u Hrvatskoj. U uvodnom dijelu ovog rada piše se o povijesnom razvoju te njegovim počecima i prvotnim akterima turizma u svijetu, zatim u Hrvatskoj, a sve to proteže se kroz nekoliko faza o kojima se više govori u tekstu. Nadalje, u radu se detaljnije opisuje pojam odnosno značenje riječi turizam te su navedene neke od definicija turizma i pojmova koji iz njega proizlaze. Zatim se nabrajaju vrste i oblici turizma koji su i ukratko objašnjeni. Specifični oblici turizma zauzimaju sve veći udio u turističkim kretanjima, a dijele se na one zasnovane na prirodnim resursima i one na društvenim resursima. Nadalje, govori se o turističkom tržištu što je glavna platforma na kojem se odvijaju ponuda i potražnja pod utjecajem turističkih kretanja. Statističkom analizom opširno se prikazuje aktivnost turista u Hrvatskoj, što podrazumijeva podatke o učestalosti dolazaka, kretanju turista, smještaju, potrošnji. Navedeni čimbenici potkrijepljeni su podacima koji su prikazani u tablicama te grafikonima. Statističke analize odnose se na podatke iz razdoblja 2014. godine te se uspoređuju sa podacima iz 2013. godine. Usporedbom se prikazuje trend rasta dolazaka i noćenja u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu. Na temelju toga određuje se pozicija Hrvatske odnosno daje se zaključak da Hrvatska spada u jednu od najljepših turističkih zemalja svijeta koju tursiti rado vole posjetiti više puta.

Ključne riječi: turizam, turistička ponuda, turistička potražnja, statistička analiza

SADRŽAJ

SAŽETAK

1. UVOD.....	5
2. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA.....	6
2.1. Razvoj turizma prema Čavleku.....	6
2.2. Povijesni razvoj turizma u RH.....	8
3. POJAM TURIZMA I NJEGOVA KLASIFIKACIJA	11
3.1. Vrste i oblici turizma	12
3.2. Specifični oblici turizma.....	14
4. TURISTIČKO TRŽIŠTE	17
4.1. Turistička potražnja	18
4.2. Turistička ponuda	18
5. STATISTIČKA ANALIZA.....	20
5.1. Statistička analiza dolazaka i noćenja 2014.....	20
5.2. Statistički izračuni dolazaka i noćenja prema zemlji prebivališta	28
6. ZAKLJUČAK.....	52
7. LITERATURA	54
PREGLED SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA	55

1. UVOD

Povijest čovječanstva u stalnim je promjenama i kretanjima. Danas kretanja ljudi obilježavaju ljudsku povijest. Čovjekove želje za promjenama pa tako i za privremenim ili stalnim promjenama mjesta prebivanja su se promijenile. Od brojnih ljudskih potreba danas se čovjek zadovoljava turističkim putovanjima i boravkom izvan mjesta prebivališta (Jagić, 2005:105).

Turistička ponuda u posljednjih nekoliko desetljeća zahvaljujući tehnološkom napretku dosegla je visok stupanj razvijenosti. Turističko tržište svakim je danom sve elastičnije. Turističkim je destinacijama temeljni zadatak postao borba za svakog gosta, što se može ostvariti jedino podizanjem kvalitete turističke ponude i poznavanjem navika i trendova samih korisnika usluga (Bellulo, 2011:69).

Predmet istraživanja ovog rada je dolazak stranih turista prema zemlji prebivališta u Republiku Hrvatsku. Brojčani podaci odnose se na turističku aktivnost na području Republike Hrvatske za 2014. godinu u odnosu na 2013. godinu. U radu, uz dolaske, analiza također prati i noćenja stranih turista. Rad također sadrži podatke o prosječnoj dnevnoj potrošnji turista pojedinih zemalja kao i učestalosti dolazaka. Uz dolaske i noćenja, detaljnije su analizirani i smještajni kapaciteti kategorizirani prema NKD-u 2007 odnosno Nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti. Dolazak turista može biti individualan ili organiziran, a u radu su brojčano i grafički prikazani podaci za individualne i organizirane dolaske i individualna i organizirana noćenja turista 2014. godine u odnosu na 2013. godinu.

Cilj rada je utvrditi rast ili pad potražnje za Hrvatskom kao turističkom destinacijom i njezinom turističkom ponudom od strane inozemnih turista. Također, u radu se želi prikazati aktivnost turista u Hrvatskoj po pitanju noćenja, smještaja, potrošnje i sličnim čimbenicima koji su prikazani brojkama, grafikonima i tablicama.

2. POVIJESNI RAZVOJ TURIZMA

O samoj povijesti turizma pisalo se mnogo i još uvijek pogled untrag privlači mnoge teoretičare koji istražuju posebnosti te društvene pojave. Traže se izvori o nastanku, karakteristikama, vremenskim razdobljima te samim posljedicama. Poznato je da je povijest turizma počela sa prvim migracijama čovječanstva. Mnogi od njih traže početak pojave vezane uz prisustvovanja velikog broja posjetitelja na različitim sportskim natjecanjima (Olimpijske igre i sl.) ili uz povremena putovanja iz religioznih pobuda svetištima. Također, počevši od vremena starih Rimljana preko epohe povijesti spominju se i putovanja i boravci bogatih osoba privilegiranih klasa koji borave ili provode dio godine u zabavi. Dakle, mnogo je pristupa da se prvi oblici turizma „smjeste“ u određenu vremensku epohu te da se pronađu argumenti s današnjim pogledima na turizam (Pirjavec, Kesar, 2002:31).

2.1. Razvoj turizma prema Čavleku

Razvoj neke pojave, pa tako i turizma ne bi smjelo gledati jednostrano koristeći se kriterijima koji vrijede samo u jednom području ljudske aktivnosti. Cjelovitu je spoznaju moguće steći tek kombinacijom tih kriterija koji uključuju sve relevantne elemente za takav proces razvoja. Najveći broj znanstvenika bavio se problemima ekonomskog i/ili prostornog razvoja koristeći se različitim modelima razvoja primjenjujući najčešći tek jedan od mogućih kriterija pa su stoga rijetko stvarali cjelovitu ocjenu tog problema. Teoretičari turizma slijedeći načelo primjene kriterija vremena u određivanju faze razvoja turizma najčešće se razlikuju u određivanju početka i kraja faza razvoja turizma. Upravo zbog toga jedni autori su skloniji vezanju postanka turizma za antičko doba, dok drugi tu pojavu vežu s industrijskom civilizacijom. Treća skupina autora razvoj turizma dijeli na epohu turizma privilegiranih klasa i epohu suvremenog turizma. Jedno od najvažnijih putovanja smatra se Grand Tour (veliko putovanje) koje su u razdoblju od 1547. do 1830. godine uglavnom poduzimali engleski plemići kao završnu fazu svog obrazovanja, a trajala su čak dvije do osam godina. Grand Tour je imao znatno više elemenata po kojima bismo ta putovanja mogli označiti pravim turističkim, ipak to ne bi bilo ispravno iz temeljnog razloga jer ta putovanja još nisu imala karakter masovne društveno-ekonomske pojave. Alfier je upozorio da se putovanja u prošlosti i sadašnjosti razlikuju kako po ekonomskoj i društvenoj

uvjetovanosti, tako i po broju, karakteru i snazi motiva; po brojčanosti i ponašanju sudionika; po vremenskoj učestalosti i razmještanju; po oblicima i pratećim pojavama i sličnim utjecajima te vidljivim i nevidljivim učincima.

Iz navedenog se može zaključiti da su se svi potrebni uvjeti za razvoj turizma stekli tek polovicom 19. stoljeća jer je upravo to razdoblje, kako ističe Cicvarić, razdoblje u kojem su kao cjelina počeli djelovati svi relevantni čimbenici postanka turizma koji su omogućili da se u turistička putovanja mogu uključiti širi društveni slojevi. Poznati britanski teoretičari turizma Burkart i Medlik identificiraju 3 razvojna razdoblja koja je prošao turizam: počeci turizma prije industrijske revolucije do 1840. godine; razdoblje od 1840. do 1914. godine te razdoblje modernog svijeta, dok njemački autor Freyer razvoj putovanja promatra kroz četiri faze vodeći se kriterijima stupnja razvijenosti prometnih sredstava, motiva putovanja i brojem sudionika. Ovaj autor zastupa tezu da treba strogo razlikovati pojavu putovanja od pojave turizma te da se o turističkim putovanjima ne može govoriti prije prve polovine 19. stoljeća. Stoga je njegovo vremensko razgraničenje pojave putovanja i razvoja turizma definirano tako da je cijelo razdoblje pojave i razvoja putovanja do 1850. godine svrstao u pretfazu, a pojavu i razvoj turizma podijelio na tri faze koje su prikazane na slici 1. (Čavlek i sur.; 2011:41-43).

Slika 1. Faze razvoja turizma prema Freyeru

FAZA	VRIJEME	NAČIN PUTOVANJA	MOTIVACIJA	SUDIONICI
Pretfaza	Do 1850.	- pješice - na konju - kočijom - dijelom brodom	- nomadi - hodočasnici - ratovi - otkrića - obrazovanje	- elita - plemstvo - obrazovani, poslovni ljudi
Početna faza	1850. – 1914.	-vlak (tuzemstvo) - parobrod (inozemstvo)	-odmor	- novi srednji stalež
Razvojna faza	1914. – 1945.	-vlak - automobil - autobus - avion (linijski)	-liječenje - odmor - trgovina	- imućni - radnici
Visoka faza	Od 1945.	- automobil - avion (čarter)	- obnavljanje - odmor - slobodno vrijeme	-Svi slojevi (u razvijenim zemljama)

Izvor: Freyer W.; 1998., Tourismus, str.5.

Svjetska turistička organizacija u jednoj od svojih publikacija čiji su redaktori bili Gee i Fayos-Sola, za razliku od Freyera, predturističku fazu dijeli u četiri epohe, a fazu od 1850. vidi kao cjelovitu fazu modernog, masovnog turizma (Čavlek i sur.; 2011:44).

Slika 2. Faze razvoja turizma prema UNWTO-u

Rano doba	Prve civilizacije, Grčka, Rim, Azija
Srednje doba	Od 5. do 14. stoljeća, hodočašća, istraživačka putovanja
Doba renesanse	Od 14. stoljeća do 17. stoljeća, edukativna putovanja, Grand Tour
Industrijska revolucija	Od 1750. godine do 1850. godine. Razvoj gradova, parni stroj
Moderni turizam	Razvoj prometa, osobna potrošnja, masovni turizam

Izvor: (Čavlek i sur.; 2011).

2.2. Povijesni razvoj turizma u RH

U Hrvatskoj, razvoj turizma nije puno zaostajao za razvojem turizma u ostalim Europskim zemljama, stoga možemo poistovjetiti početak industrijske revolucije (oko 1850.) s početkom značajnijih pomaka u razvoju putovanja ljudi u turističke svrhe i na ovim prostorima. Za potrebe povijesnog pregleda najvažnijih trenutaka u razvitku turizma na našim prostorima koristimo svjetske ratove iz prve polovine prošlog stoljeća, te osamostaljivanje Hrvatske kao povijesne prekretnice. Ti okviri su u Hrvatskoj zabilježili i velike promjene društveno-političkog života pa je razvoj turizma determiniran tim pomacima (Pirjevec, Kesar; 2002:44):

- Razdoblje do Prvog svjetskog rata (1850. - 1914.)
- Razdoblje između dva svjetska rata (1918. –1939.)
- Razdoblje od Drugog svjetskog rata do 1990.
- Razdoblje nove hrvatske povijesti do danas

-Također periodizacija razvoja turizma prema Vukoniću podijeljena je u šest faza (Čavlek i sur.; 2011:45-48):

Prva faza je razdoblje preteča turističkog razvoja ili pojava sličnih turizmu. Stari Rimljani su se koristili ljekovitim svojstvima mineralnih vrela, npr. Varaždinskih i Krapinskih toplica. Zaključak je da se turizam na prostoru današnje Hrvatske počeo najprije razvijati u kontinentalnom dijelu, mjestima s termalnim izvorima vode.

Druga faza je kraj 19.stoljeća, odnosno faza znatiželje. Obilježja te faze su: (prva) iskazana znatiželja, prvi ugostiteljski objekti u lokalnom vlasništvu, razvoj jedriličarstva i parobrodarstva, začetak prvih turističkih mjesta, stvaranje prvih većih prostornih obalnih cjelina (rivijere – Opatijska, Crikvenička, Kaštelanska, Dubrovačka), dolazak stranog kapitala i izgradnja željezničke mreže, itd.

Treća faza je razdoblje od početka 20.st. do kraja Prvog svjetskog rata, odnosno faza „osvješćivanja“. Obilježila su je prije svega turbulentna društveno-politička zbivanja. Afirmirali su se zdravstveno–turistički centri na Jadranu, te se nastavio razvoj društvene turističke organizacije, a neka mjesta definiraju svoju viziju razvoja na razvoju turizma (Brijuni, Opatija, Crikvenica, Mali Lošinj).

Četvrta faza je razdoblje između dva svjetska rata, odnosno faza prvih postignuća. Obilježja te faze su: rast turističkog prometa, otvaranje mnogih smještajnih kapaciteta, unapređenje pravne regulative, inozemni turistički promet nadmašuje domaći. Ključna promjena je bila konverzija zimske klimatske u ljetnu kupališnu sezonu.

Peta faza je razdoblje nakon Drugog svjetskog rata, odnosno faza intenzivnog turističkog razvoja. Ona se dijeli na dvije etape. U prvoj etapi razvoja (do 1965.), mijenjaju se načini upravljanja gospodarstvom, potiče se industrijalizacija zemlje pa turizam nije u prvom planu. U tom razdoblju, domaći turisti dobivaju brojne povlastice. Nakon što su te povlastice ukinute, inozemni turistički promet preuzima primat u ukupnom turističkom prometu. Nakon 1965. Hrvatska ulazi u drugu etapu intenzivnog razvoja koju Vukonić označava „*zlatnim dobom hrvatskog turizma*“ i koje traje do 1975. godine. Tada turizam dobiva status strateškog pravca razvoja iako je taj status zapravo samo deklarativnog karaktera. Kulminaciju razvoja hrvatski turizam je dosegao u razdoblju od 1986. do 1988. godine.

Šesta faza je razdoblje od 1991. do početka 21.stoljeća, odnosno faza oporavka i konsolidacije turističkog života u Hrvatskoj. Tu fazu je obilježila privatizacija,

restrukturiranje turističkog sustava, brojne privatizacijske afere koje su usporile Hrvatsku u hvatanju koraka s konkurencijom. Osnovni problem i dalje ostaje nedefinirana vizija njegovog budućeg razvoja koja bi omogućila kreiranje potrebne strategije razvoja turizma.

3. POJAM TURIZMA I NJEGOVA KLASIFIKACIJA

Od samog postanka turizma pa sve do danas u svijetu je izrađeno i objavljeno oko 80-tak definicija turizma, što podrazumijeva da je turizam teško opisati jednom definicijom (Čavlek i sur; 2011:25).

Definiciju pojma turist dao je jedan od doajena sociologije turizma Eric Cohen: „*Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koje mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i učestalom kružnom putovanju*”.

Prema DZZS RH pojam turista izražava se kao: „*Turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, sporta, religije, obitelji, posla, javnih misija i skupova.*“

Kao jedna od nastarijih definicija turizma je ona koju su osmislili švicarski teoretičari turizma W. Hunziker i K. Krapf 1942. godine i ona glasi: „*Turizam je skup odnosa i pojava koje proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako se tim boravkom ne zasniva stalno prebivalište i ako s takvim boravkom nije povezana nikakva njihova gospodarska djelatnost.*” (Pirjavec, Kesar; 2002:5).

Pet temeljnih karakteristika turizma su (Čavlek i sur., 2011:30):

- ❖ turizma nema bez putovanja i kretanja ljudi te njihova boravka u turističkim odredištima (što uključuje i sudjelovanje u različitim aktivnostima u turističkoj destinaciji)
- ❖ putovanje i boravak mora se odvijati izvan uobičajene sredine u kojoj se osoba inače kreće, živi i radi, pa tako turizam potiče neke nove aktivnosti koje osobe ne prakticiraju u domicilu
- ❖ privremeni boravak u turističkom odredištu znači da se turizam zasniva na kružnom putovanju (domicil - turističko odredište domicil) koje ima definiran vremenski interval u kojem se odvija (ne duži od 12 mjeseci)
- ❖ svrha turističkog putovanja nikad se ne veže uz stalni boravak u destinaciji i/ili uz zapošljavanje
- ❖ u turističkom odredištu turisti troše

Podaci o turističkim kretanjima mogu se prikupiti na 2 načina, a to su (http://www.krce-miocic.com/pdf/ekonomika_turizma.pdf):

1. Turist se registrira dolaskom u turističku destinaciju odnosno u smještajni objekt gdje namjerava boraviti. Današnji suvremeni turist je vrlo mobilan i znatiželjniji nego prije, pa često putuje od mjesta do mjesta ostvarujući tako više “dolazaka”. Javlja se problem višestrukosti podataka i statistika po ovom modelu prikupljanja evidentira broj dolazaka turista, a ne broj turista.

2. Turist se registrira prelaskom kroz državnu granicu što podrazumijeva 24-satno brojenje turista u svakom vozilu tijekom cijele godine. Nedostatak je da ne prikazuje domaće turiste, prikazuje i one koji nisu turisti i ne zadržavaju se u zemlji 24 sata. Korištenje ove metode stvara nepoznanice u broju noćenja i prostornoj distribuciji turističkog prometa unutar nacionalnog teritorija.

3.1. Vrste i oblici turizma

Turizam kao vrlo složenu i slojevitú društveno-ekonomsku pojavu moguće je analizirati i raščlanjivati po različitim kriterijima kojima se поближе određuju određene vrste turizma. Tako UNWTO turizam dijeli na sljedeće faze (Čavlek i sur., 2011:36-37):

- a) *domaći turizam (domestic tourism)* - uključuje turistička putovanja (i boravak) domicilnog stanovništva (rezidenata) u različite destinacije unutar granica vlastite zemlje (npr. putovanja državljana Hrvatske u turistička odredišta unutar Hrvatske)
- b) *receptivni turizam (inbound tourism)* – uključuje turiste nerezidente koji borave u promatranoj zemlji (npr. Turisti iz Austrije u Hrvatskoj)
- c) *emitivni turizam (outbound tourism)* – uključuje turistička putovanja rezidenata u druge zemlje (npr. turistička putovanja hrvatskih državljana u destinacije u drugim zemljama)
- d) *interni (unutrašnji) turizam (internal tourism)* - predstavlja kombinaciju, ukupnost domaćeg i receptivnog turizma (prati se turistički promet npr. svih hrvatskih i stranih državljana na području Hrvatske)
- e) *nacionalni turizam (national tourism)* - uključuje sva turistička putovanja domicilnog stanovništva (rezidenata) u zemlji i inozemstvu (npr. putovanja građana

Hrvatske u turistička odredišta unutar vlastite zemlje i sva turistička putovanja u turističke destinacije izvan zemlje)

f) *međunarodni turizam (international tourism)* - uključuje kombinaciju, ukupnost receptivnog i emitivnog turizma (na primjeru Hrvatske to bi značilo da se pod međunarodnim turizmom podrazumijevaju sva putovanja inozemnih turista u Hrvatsku te sva putovanja hrvatskih građana u inozemstvo)

g) *intraregionalni turizam* - podrazumijeva sva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju te iste regije (npr. turistička putovanja Europljana unutar Europe)

h) *interregionalni turizam* - podrazumijeva turistička putovanja stanovnika jedne zemlje određene regije u drugu zemlju, ali izvan te regije (npr. turistička putovanja Europljana izvan Europe).

Također turizam se može primijeniti na više kriterija za određivanje vrsta turizma i turističkih kretanja prema (Pirjevec, Kesar; 2002:12-17):

1. Trajanju boravka turista:

- Boravišni - najmanje tri uzastopna noćenja, i to je najniži broj noćenja na temelju kojeg se rade aranžmani s uslugom punog pansiona
- Izletnički - aktivnosti turista prema određenom aktivnom resursu u trajanju do unutar 24 sata; dnevni i poludnevni izleti
- Vikend turizam – obuhvaćaju aranžmane bazirane na dva noćenja, proizlaze iz spoznaje da je tjedno slobodno vrijeme pojedinca raspoloživog za dokoličarske aktivnosti sve dulje

2. Stupanju mobilnosti turista:

- Stacionirani – volja za stacioniranim boravkom u određenoj turističkoj destinaciji
- Mobilni – neprekidno kretanje turista i kratko zadržavanje u pojedinim turističkim destinacijama radi noćenja, obroka, razgledavanja, a skuplji su za turiste jer se noćenje ne temelji na skupnoj već na pojedinačnoj usluzi (turisti na krstarenjima - individualni i organizirani, turističkim turama i turisti na proputovanjima)

3. Nacionalnoj pripadnosti turista:

- Domaći
- Međunarodni

4. Prostornom obuhvatu:

- Lokalni - kretanje turista na lokalnoj razini
- Regionalni – kretanje turista u smjeru atraktivnih resursa na prostoru jedne regije
- Nacionalni – kretanje turista unutar granica jedne zemlje
- Međunarodni – globalni razmjeri

5. Dobnoj strukturi turista:

- Dječji – za djecu do 14 godina
- Omladinski- od 14 do 18 godina
- Obiteljski – od 18 do 60 godina, najveći segment s najvećim prihodima
- Umirovljenički – segment bez obaveza, određena financijska sredstva, vrijeme

6. Prostoru na kojemu se odvija turističko putovanje

- Primorski
- Planinski
- Termalno kupališni
- Jezerski
- Seoski
- Gradski

3.2. Specifični oblici turizma

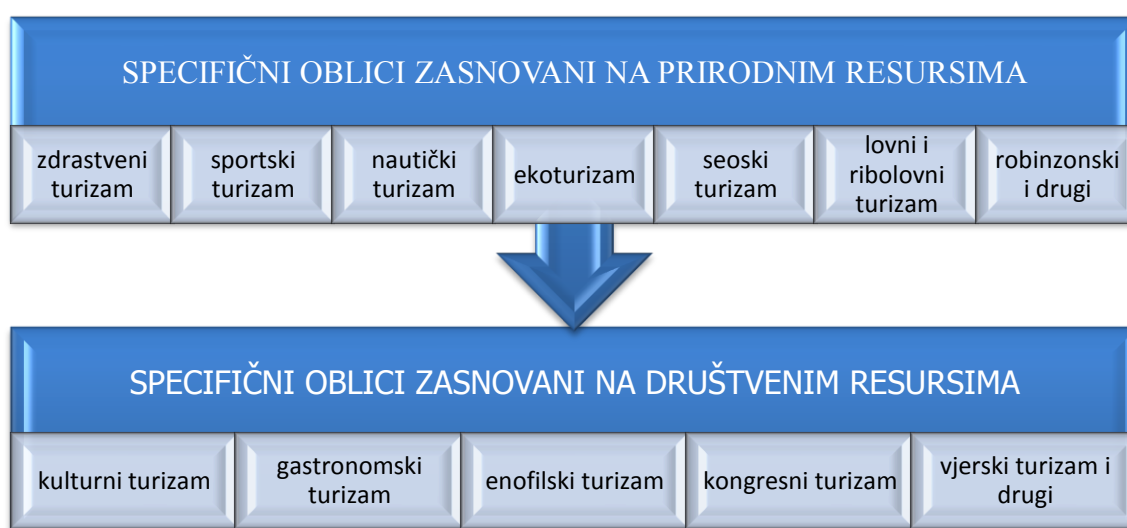
Danas se u fokus interesa putovanja stavljaju motivi koji ljude pokreću na turistička putovanja pa se razvoj koncepta turizma u turističkim destinacijama usmjerava na zadovoljavanje specifičnih potreba užeg segmenta potrošača na tržištu koji je homogen s obzirom na svoj poseban interes. Tako se od 1990. sve učestalije u teoriji i praksi počinje koristiti terminom – specifični oblici turizma ili selektivni oblici turizma, što je slobodan prijevod pojma s engleskog govornog područja – special interest tourism.

Specifične oblike turizma moguće je definirati kao posebnu skupinu turističkih kretanja koja su uvjetovana određenim, dominantnim turističkim motivom koji

turističkog potrošača pokreće na putovanje u destinaciju čija je turistička ponuda sadržajima prilagođena ostvarenju doživljaja vezanih uz dominantan interes tog potrošača. Danas je razvoj selektivnih oblika kretanja postao rezultat interakcije potražnje, ponude i sve prisutnijih posrednika.

Specifične oblike turizma moguće je razvrstati u dvije osnovne skupine, i to ovisno o tome temelje li se sadržaji ponude pretežno na prirodnim ili pretežno na društvenim resursima (Čavlek i sur., 2011: 40).

Slika 3. Prikaz specifičnih oblika turizma prema prirodnim i društvenim resursima



Izvor: Vlastita izrada autora

Zdravstveni turizam ističe zdravlje kao središnji motiv bez obzira na prirodni prostor u kojima se turistička aktivnost obavlja (priobalje, planine, jezera ili termalni izvori). **Kulturni turizam** označava dolazak turista u nepoznatu sredinu sa svrhom upoznavanja povijesnih vrednota, ali i suvremenog načina življenja na tom prostoru. **Lovni i ribolovni turizam** karakterizira onu skupinu turista koji svoje slobodno vrijeme provode u organiziranom lovu i ribolovu, ali i svojom natprosječnom potrošnjom pomažu u obnovi i očuvanju eko sustava. Podrazumijeva posebnu organizaciju i zaštitu ljudi i dobara. **Ekoturizam** je pokret očuvanja prirode i zdravog okoliša u okviru turističkih putovanja. **Kongresni turizam** najčešće obuhvaća tematske skupove znanstvenog i stručnog karaktera organizirane u određenom mjestu. Obuhvaća relativno veliki broj sudionika čija je potrošnja u destinaciji prosječno viša od

uobičajenih posjetitelja. **Nautički turizam** uključuje boravak turista na plovilima, najčešće u vlastitom aranžmanu. Razvoj ovog oblika turizma podrazumijeva prije svega postojanje prirodnih pogodnosti, dobru cestovnu i priobalnu infrastrukturu koja će turistima nesmetano omogućiti bavljenje ovim aktivnostima. Ovi su gosti višeg imovinskog statusa, pa se očekuje da će više potrošiti. **Vjerski turizam** je turizam gdje turisti zadovoljavaju potrebe religijskog i duhovnog karaktera. Često se naziva i hodočasnički turizam. **Robinzonski turizam** je noviji oblik turizma razvijen u priobalnom području i to najčešće na otocima s vrlo oskudnim infrastrukturnim i životnim uvjetima. Važno je naglasiti da ovakav oblik turizma ne poznaje standarde kod “pružanja” usluga smještaja i prehrane, jer se za to brinu sami turisti.

4. TURISTIČKO TRŽIŠTE

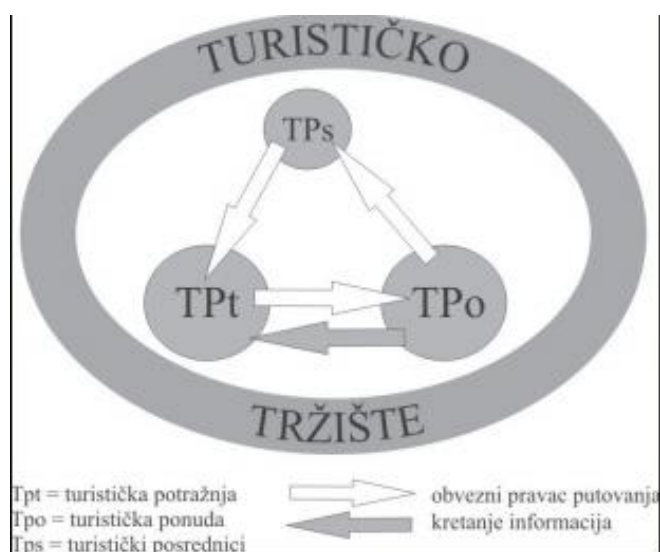
Turističko je tržište skup odnosa ponude i potražnje u području usluga i dobara što služi za podmirenje turističkih potreba na određenom prostoru, odnosno odnosa ponude i potražnje koji nastaju pod utjecajem turističkih kretanja. Odnos između turističke ponude i potražnje je temeljno obilježje po kojem se turističko tržište razlikuje od drugih tržišta.

Tržište je određeni prostor na kojem djeluju turistička ponuda – hoteli, turistička potražnja - kupci (turisti), tržišne institucije (posredničke, transportne, bankarske, trgovačke djelatnosti) i objekt razmjene tj. roba ili usluge - turistički proizvod. Tržište uvjetuju (Čavlek i sur., 2011:52):

- dohotci s jedne strane te cijene roba i usluga s druge strane
- cijena koja se formira ili pretežito formira na temelju odnosa ponude i potražnje
- ponuđači spremni svoju robu i usluge ponuditi po danim cijenama a potrošači - turisti platiti (potrošiti svoj dohodak) za isto
- tržište mora biti regulirano s pravnog i društvenog stajališta tako da se zaštiti

Dva subjekta koja konstituiraju turističko tržište su: turistička ponuda i turistička potražnja, a tržište je moguće analizirati s najmanje tri aspekta: predmet razmjene, način povezivanja turističke ponude i potražnje te prostor.

Slika 4. Prikaz djelovanja turističkog tržišta



Izvor: Andrić Berislav, Čimbenici marketinškog okružja u turizmu - Pregledan rad

4.1. Turistička potražnja

S ekonomskog aspekta turistička potražnja definira se kao količinu roba i usluga koja se pod određenim uvjetima i uz određenu cijenu može plasirati na turističkom tržištu, odnosno za koju postoji realan i objektivni interes mogućih turističkih korisnika (Vukonić i Čavlek; 2001:392-393).

Turističku potražnju karakteriziraju (Čavlek i sur., 2011:57-59):

- dislociranost – potražnja je prostorno odvojena od ponude pa uvjetuje korištenje transportnog sustava,
- heterogenost – sudionicima nadmeće da pokušaju svoje proizvode i usluge maksimalno prilagoditi užoj skupini potrošača čije su želje slične jer je teško zamisliti da postoje dvije osobe s identičnim željama i potrebama,
- elastičnost – manifestira se u odnosu na dohodak turista u odnosu na cijene usluga,
- dinamičnost – ključni čimbenik je dinamika, a na nju utječe tehnološki i tehnički napredak
- sezonski karakter – njime se naglašava ograničeno vrijeme koje stoji turistima na raspolaganju za putovanja, a koje se svodi na vrijeme godišnjih odmora, vikenda i blagdana.

4.2. Turistička ponuda

Turistička ponuda definira se kao dio tržišta koji se pojavljuje kao ponuđač robe i usluga, tj. kao količina roba i usluga koja se nudi po određenim cijenama radi zadovoljenja potreba (Vukonić, Čavlek; 2001:407).

5 osnovnih karakteristika turističke ponude su (Pirjevec, Kesar; 2001:114-117):

- dislociranost ponude od potražnje – ponuda je odvojena od emitivnih tržišta, turist može prijeći određenu udaljenost od svog stalnog mjesta boravka do izabrane destinacije s ciljem zadovoljenja potrebe
- heterogenost ponude
- neelastičnost ponude – svoj kapacitet ne može mijenjat i/ili prilagođavat trenutnoj potražnji
- statičnost ponude – ponuda je neprenosiva, tj. turist mora doći u destinaciju gdje se nalazi ponuda za koju je zainteresiran

- sezonski karakter ponude – tijekom godine ponuda se prema sezonskim razdobljima ne koristi jednakim intenzitetom niti je moguće pružiti uslugu

Osnovni nositelji turističke ponude su: (<http://www.mint.hr/UserDocsImages/nn-57-95Pravilnik%20o%20razvrstavanjukateg-ugostiteljski-objekti.htm>, 30.05.2016.):

1. Hoteli
2. Apartmanska naselja
3. Kampovi
4. Ostalo (pansioni, turistički apartmani, privatni smještaj i sl.)

5. STATISTIČKA ANALIZA

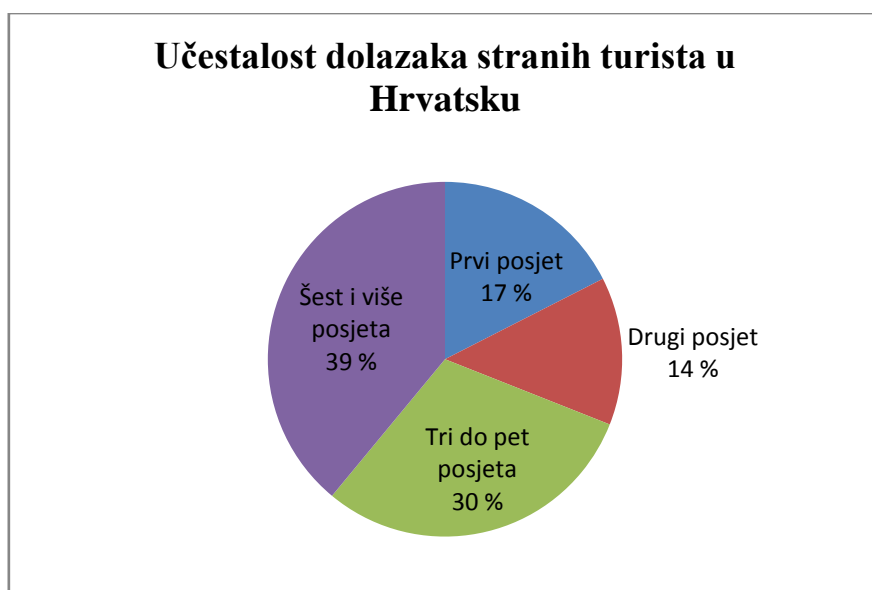
Statistika kao znanstvena disciplina bavi se razvojem metoda prikupljanja, opisivanja i analiziranja podataka te primjenom tih metoda u procesu donošenja zaključaka na temelju prikupljenih podataka. Analizom pojedinih svojstava statističke jedinice mogu se odrediti značajke promatrane pojave (Benšić, Šuvak, 2013:1).

5.1. Statistička analiza dolazaka i noćenja 2014.

U sljedećem djelu rada prikazana je detaljna analiza turističkih kretanja za 2014. godinu za ljetnu sezonu.

Na grafikonu 1 prikazana je analiza temeljena na profilu turista od 41 godine, obrazovanju (36 % fakultetsko obrazovanje, 30 % više obrazovanje) i mjesečnim primanjima u kućanstvu (37 % do 2000 € mjesečno, 37 % između 2 000 i 3 000 € mjesečno, 26 % iznad 3 000 € mjesečno).

Grafikon 1. Učestalost dolazaka u Hrvatsku



Izvor: Vlastita izrada autora

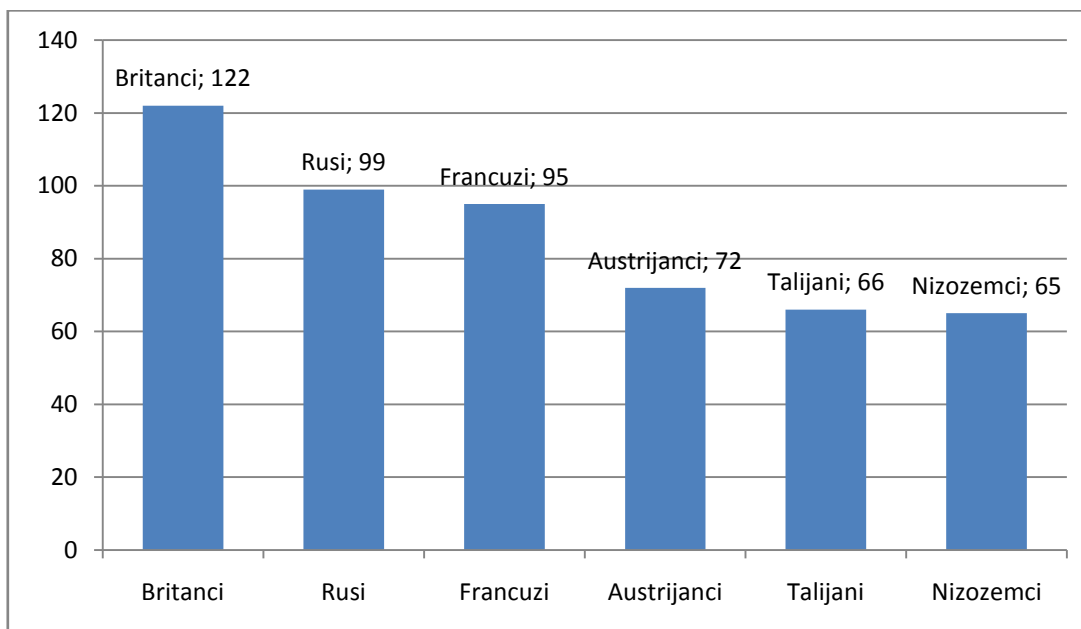
Prema grafikonu 1 vidi se da turisti koji su šest ili više puta posjetili Hrvatsku ostvaruju najveći postotak učestalosti dolazaka. Za 9 % manje slijede turisti koji su 3 do 5 puta bili u Hrvatskoj. Drugi posjet zauzima 14 % te prvi 17 %. Prema grafikonu možemo zaključiti da turisti vole posjetiti Hrvatsku te da se vraćaju čak i više od 6 puta.

Tablica 1. Potrošnja u destinaciji - prosječni dnevni izdaci po osobi

	€	%
Ukupno	66,36	100
Smještaj	36,22	54,58
Hrana i piće izvan objekta	12,18	18,35
Kupnja	9,49	14,30
Sport i zabava	1,83	2,76
Kultura	0,93	1,40
Zabava	3,06	4,61
Izleti	1,57	2,36
Ostalo	1,09	1,64

Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 2. Prosječna dnevna potrošnja po osobi u € stranih turista



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 2 može se vidjeti da su najveći potrošači Britanci koji u prosjeku dnevno troše 122 eura, slijede Rusi sa 99 eura dnevno, te Francuzi sa 95 eura. Nešto

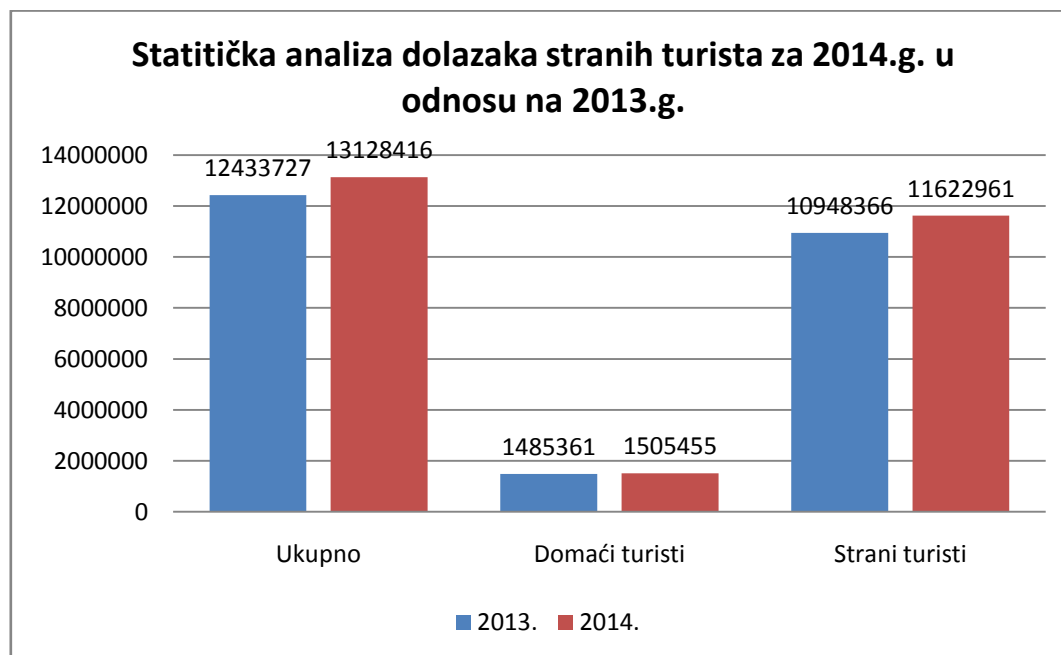
manje troše Austrijanci sa prosjekom od 72 eura, Talijani sa 66 eura i Nizozemci sa 65 eura.

Tablica 2. Statistička analiza dolazaka stranih turista za 2014. godinu u odnosu na 2013. godinu

	DOLASCI			NOĆENJA			2014.
	2013.	2014.	indexi	2013.	2014.	indexi	Prosječan broj noćenja po dolasku
UKUPNO	12 433 727	13 128 416	105,6	64 818 115	66 483 948	102,6	5,1
Domaći turisti	1 485 361	1 505 455	101,4	5 138 485	5 160 376	100,4	3,4
Strani turisti	10 948 366	11 622 961	106,2	59 679 630	61 323 572	102,8	5,3

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014., <http://www.dzs.hr/> (15.05.2016.)

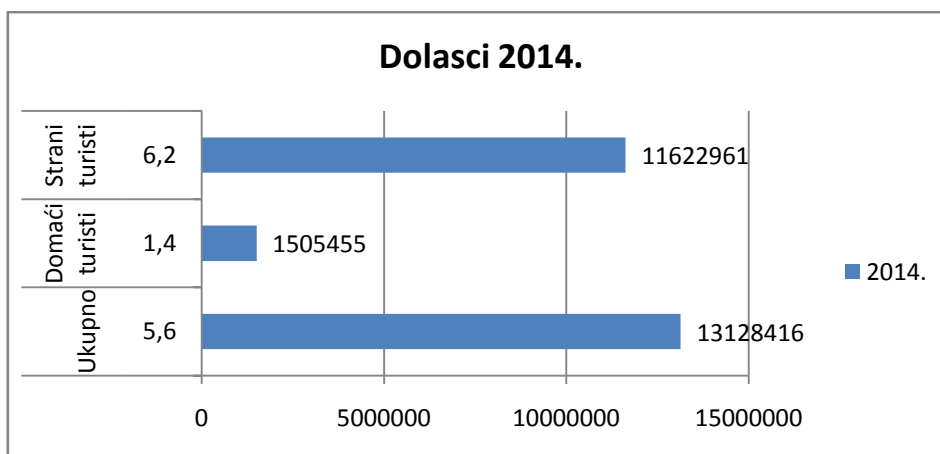
Grafikon 3. Analiza dolazaka stranih turista 2014.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 3 možemo vidjeti da je broj domaćih i stranih turista u 2014. godini porastao u odnosu na 2013. godinu za 694 689 turista. Domaći turisti zabilježili su 20 094 dolazaka više, a strani turisti 674 595 dolazaka više.

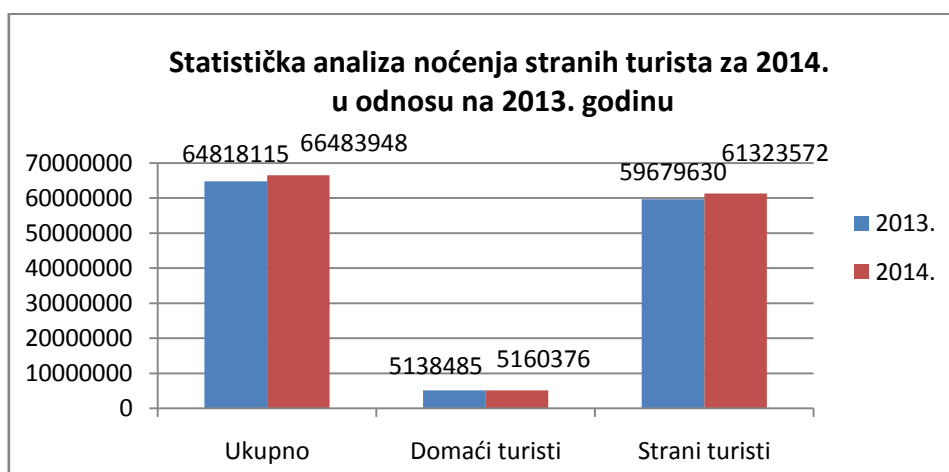
Grafikon 4. Dolasci 2014.



Izvor: Vlastita izrada autora

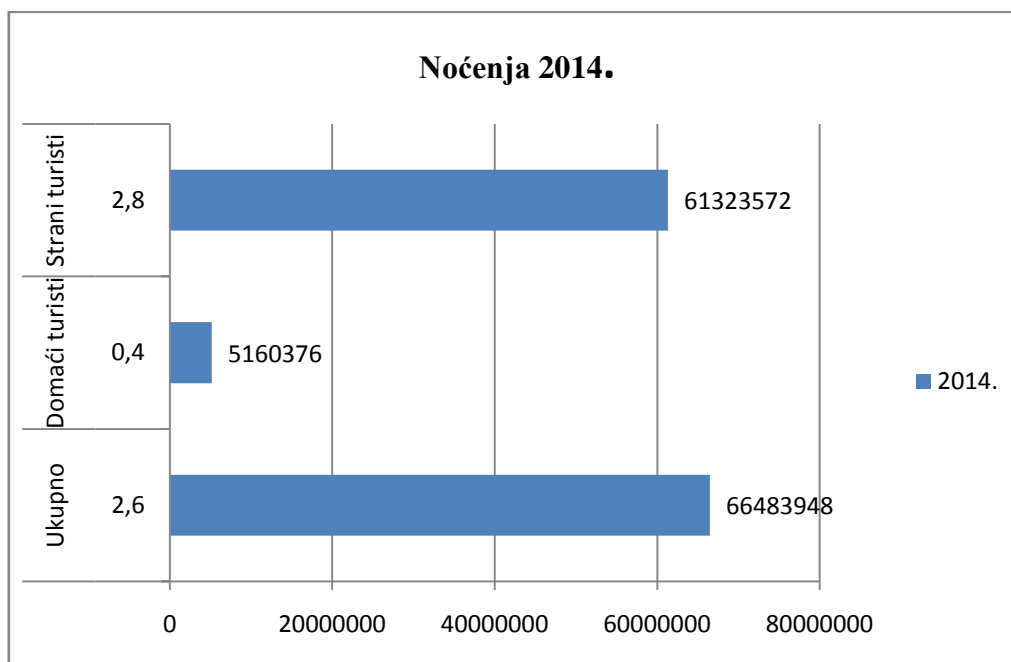
Godine 2014. ukupan broj turista je 13 128 416 što je za 5,6 % više od 2013. godine, domaći turisti ostvarili su 1 505 455 dolazaka odnosno porast od 1,4 % više nego prethodne godine, dok strani turisti ostvarili su 11 622 961 dolazaka, odnosno 6,2 % više nego u 2013. godini.

Grafikon 5. Analiza noćenja stranih turista za 2014. godinu



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 6. Noćenja 2014.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 5 i 6 možemo vidjeti da ukupnost noćenja u 2014. iznosi 66 483 948 što je za 2,6 % ili 1 728 582 noćenja više nego prethodne godine. Domaći turisti ostvarili su 5 160 376 noćenja što je 0,4 % ili 20 641 noćenja više u odnosu na 2013. godinu, a strani turisti ostvarili su 61 323 572 noćenja odnosno 2,8 % ili 1 717 060 noćenja više u odnosu na 2013. godinu

Tablica 3. Dolasci i noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta

	DOLASCI		NOĆENJA		2014.	
	2013.	2014.	2013.	2014.	Struktura noćenja %	Prosječan broj noćenja po dolasku
UKUPNO	10 948 366	11 622 961	59 679 630	61 323 572	100	5,3
Albanija	20 489	22 496	43 157	47 744	0,1	2,1
Austrija	969 422	1 018 521	5 221 182	5 403 515	8,8	5,3
Belgija	159 965	154 394	763 913	746 995	1,2	4,8

Bjelorusija	7 431	12775	42 103	53 565	0,1	4,2
BiH	211 677	228711	1 001 544	1 091 103	1,8	4,8
Bugarska	44 918	51023	85 393	89 751	0,1	1,8
Cipar	1 577	1760	3 865	5 313	0	3
Crna gora	13 472	14619	33 302	34 380	0,1	2,4
Češka	652 154	661 486	4 539 066	4 600 001	7,5	7
Danska	89 550	86 610	688 373	590 386	1	6,8
Estonija	12 486	14 677	49 376	62 645	0,1	4,3
Finaska	54 261	57 216	237 718	255 981	0,4	4,5
Francuska	448 776	441 494	1 643 722	1 658 151	2,7	3,8
Grčaka	31 572	32 246	58 274	59 756	0,1	1,9
Irska	38 252	45 661	165 263	197 498	0,3	4,3
Island	2 839	2 733	8 841	9 754	0	3,6
Italija	1 016 953	1 060 912	4 396 008	4 466 221	7,3	4,2
Kosovo	7 653	9 200	20 038	24 536	0	2,7
Letonija	15 403	14 671	48 487	46 611	0,1	3,2
Lihtenštajn	778	841	3 694	4 417	0	5,3
Litva	25 711	26 846	98 529	105 055	0,2	3,9
Luksemburg	5 374	6 062	24 929	26 242	0	4,3
Madarska	326 354	366 262	1 727 787	1 931 181	3,1	5,3
Makedonija	23 925	22 366	85 540	78 464	0,1	3,5
Malta	1 931	2 598	7 411	10 677	0	4,1
Nizozemska	336 106	333 500	2 491 448	2 414 807	3,9	7,2
Norveška	134 450	135 101	804 825	818 302	1,3	6,1
Njemačka	1 931 890	1 988 993	14 435 155	14 748 546	24,1	7,4
Poljska	635 558	630 360	4 079 123	4 077 639	6,6	6,5
Portugal	25 882	29 659	60 871	72 954	0,1	2,5
Rumunjska	64 654	62 845	254 810	251 355	0,4	4
Rusija	151 087	133 391	1 221 603	1 044 878	1,7	7,8
Slovačka	337 035	355 000	2 258 279	2 382 996	3,9	6,7
Slovenija	1 066 610	1 101 552	6 159 032	6 236 114	10,2	5,7
Srbija	89 768	94 085	425 701	417 718	0,7	4,4
Španjolska	158 190	185 985	315 304	371 527	0,6	2,0

Švedska	178 340	192 113	971 808	1 031 539	1,7	5,4
Švicarska	191 010	193 957	783 727	786 846	1,3	4,1
Turska	32 165	26 220	74 373	65 134	0,1	2,5
Ujedinjena Kraljevina	389 073	429 036	1 907 039	2 102 110	3,4	4,9
Ukrajina	51 585	48 386	368 733	330 823	0,5	6,8
Ostale europske zemlje	9 553	8 743	36 905	33 497	0,1	3,8
JAR	9 681	9 289	23 202	22 346	0,0	2,4
Maroko	1 012	1 361	3 826	4 925	0,0	3,6
Tunis	568	911	1 953	2 949	0,0	3,2
Ostale afričke zemlje	8 501	11 216	41 680	46 575	0,1	4,2
Kanada	65 660	78 901	175 958	205 982	0,3	2,6
SAD	219 912	255 592	548 545	630 369	1,0	2,5
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	1 707	1 789	4 772	5 207	0,0	2,9
Argentina	14 232	14 700	30 708	31 746	0,1	2,2
Brazil	56 459	56 911	117 546	118 410	0,2	2,1
Čile	4 778	5 305	11 532	12 978	0,0	2,4
Meksiko	6 365	7 006	14 453	15 420	0,0	2,2
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	12 245	14 842	35 184	40 471	0,1	2,7
Hong Kong, Kina	13 491	14 449	17 379	18 482	0,0	1,3
Indija	7 379	11 244	17 420	26 205	0,0	2,3

Indonezija	2 811	4 178	4 561	7 062	0,0	1,7
Izrael	36 857	36 767	85 298	82 854	0,1	2,3
Japan	159 117	176 846	220 617	246 769	0,4	1,4
Jordan	453	591	1 507	1 845	0,0	3,1
Katar	416	490	2 244	2 160	0,0	4,4
Kazahstan	2.557	2 745	17 189	17 397	0,0	6,3
Kina	41 973	61 215	63 066	89 462	0,1	1,5
Koreja, Republika	74 001	264 110	98 413	327 834	0,5	1,2
Kuvajt	1 335	1 578	2 855	2 864	0,0	1,8
Makao, Kina	149	186	286	347	0,0	1,9
Oman	263	382	719	1 063	0,0	2,8
Tajland	14 242	15 440	19.500	21 775	0,0	1,4
Tajvan, Kina	55 841	72 187	65 670	83 178	0,1	1,2
Ujedinjeni Arapski Emirati	691	980	2.282	3 433	0,0	3,5
Ostale azijske zemlje	40 821	54 467	91 180	118 540	0,2	2,2
Australija	106 337	116 686	259 540	288 459	0,5	2,5
Novi Zeland	18 652	20 228	44 989	47 810	0,1	2,4
Ostale zemlje Oceanije	3 981	5 263	9 305	11 928	0,0	2,3

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014., <http://www.dzs.hr/>

(15.05.2016.)

5.2. Statistički izračuni dolazaka i noćenja prema zemlji prebivališta

Aritmetička sredina je najvažnija potpuna srednja vrijednost. To je omjer zbroja vrijednosti i broja vrijednosti numeričke varijable. Zbroj vrijednosti numeričke varijable N elementa skupa predstavlja *total*. Aritmetička sredina je prema tome dio totala po jedinici skupa (Šošić, Serdar; 1997:38).

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_N}{N} = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{N}$$

Standardna devijacija je prosječno odstupanje vrijednosti numeričke varijable od njezine aritmetičke sredine (Šošić, Serdar; 1997:63).

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (x_i - \bar{X})^2}{N}}$$

Koeficijent varijacije je omjer standardne devijacije i aritmetičke sredine pomnožen sa 100 (Šošić, Serdar; 1997:63).

$$V = \frac{\sigma}{\bar{X}} \cdot 100$$

Aritmetička sredina dolazaka stranih turista prema zemlji prebivališta za 2013. godinu iznosi 135 366,52, standardna devijacija 294 156,15, koeficijent varijacije 217 ,30347.

Aritmetička sredina dolazaka stranih turista prema zemlji prebivališta za 2014. godinu iznosi 146 023,10, standardna devijacija iznosi 307 565,94, koeficijent varijacije 210,62828.

Aritmetička sredina za noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta za 2013. godinu iznosi 806 481,49, standardna devijacija 2 059 102,70, koeficijent varijacije 255,31928.

Aritmetička sredina za noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta za 2014. godinu iznosi 851337,042, standardna devijacija 2 124 638,81, koeficijent varijacije 249,564943.

U primjenjenoj se statističkoj analizi kao mjera povezanosti između dviju varijabli (X i Y) najčešće koristi *Pearsonov koeficijent linearne korelacije* označava se s r . (Šošić, Serdar; 1997:151).

$$r = \frac{\sum_{i=1}^N x_i y_i - N \bar{X} \bar{Y}}{\sqrt{(\sum_{i=1}^N x_i^2 - N \bar{X}^2)(\sum_{i=1}^N y_i^2 - N \bar{Y}^2)}}$$

Pearsonov koeficijent korelacije dolazaka stranih turista prema zemlji prebivališta 2013. i 2014. godine iznosi 0,9964851, što znači da je korelacija vrlo visoka.

Pearsonov koeficijent korelacije noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta 2013. i 2014. godine iznosi 0,9996611, što znači da je korelacija vrlo visoka.

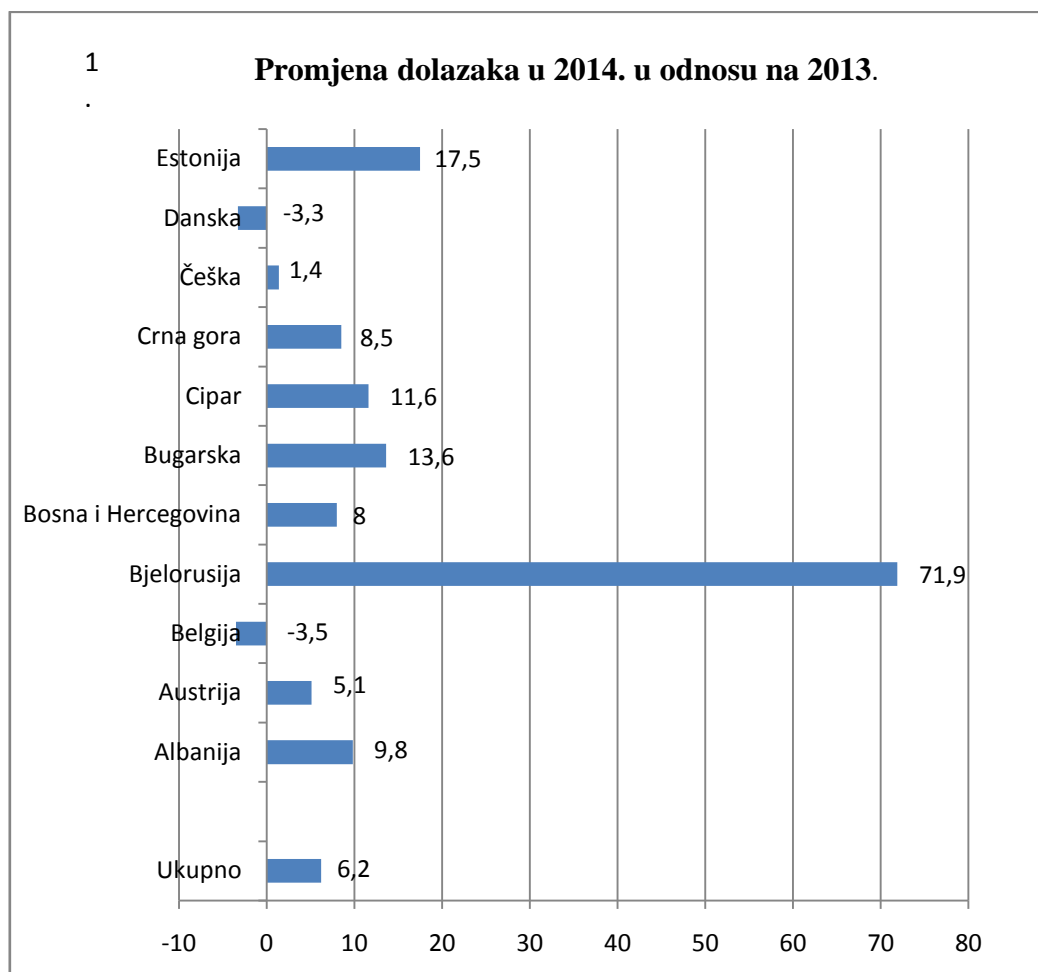
Pearsonov koeficijent korelacije dolazaka i noćenja u 2013. godini iznosi 0,97525, što znači da je korelacija vrlo visoka.

Pearsonov koeficijent korelacije dolazaka i noćenja u 2014. godini iznosi 0,9805952, što znači da je korelacija vrlo visoka.

Prema podacima možemo vidjeti da su vrijednosti aritmetičkih sredina dolazaka u 2013. godini i 2014. vrlo blizu. Isto to možemo vidjeti i kod vrijednosti dobivene kod noćenja u 2013. i 2014. godini.

Standardnom devijacijom vidimo kakvo je odstupanje vrijednosti od aritmetičke sredine. Isto vidimo da su standardne devijacije slične.

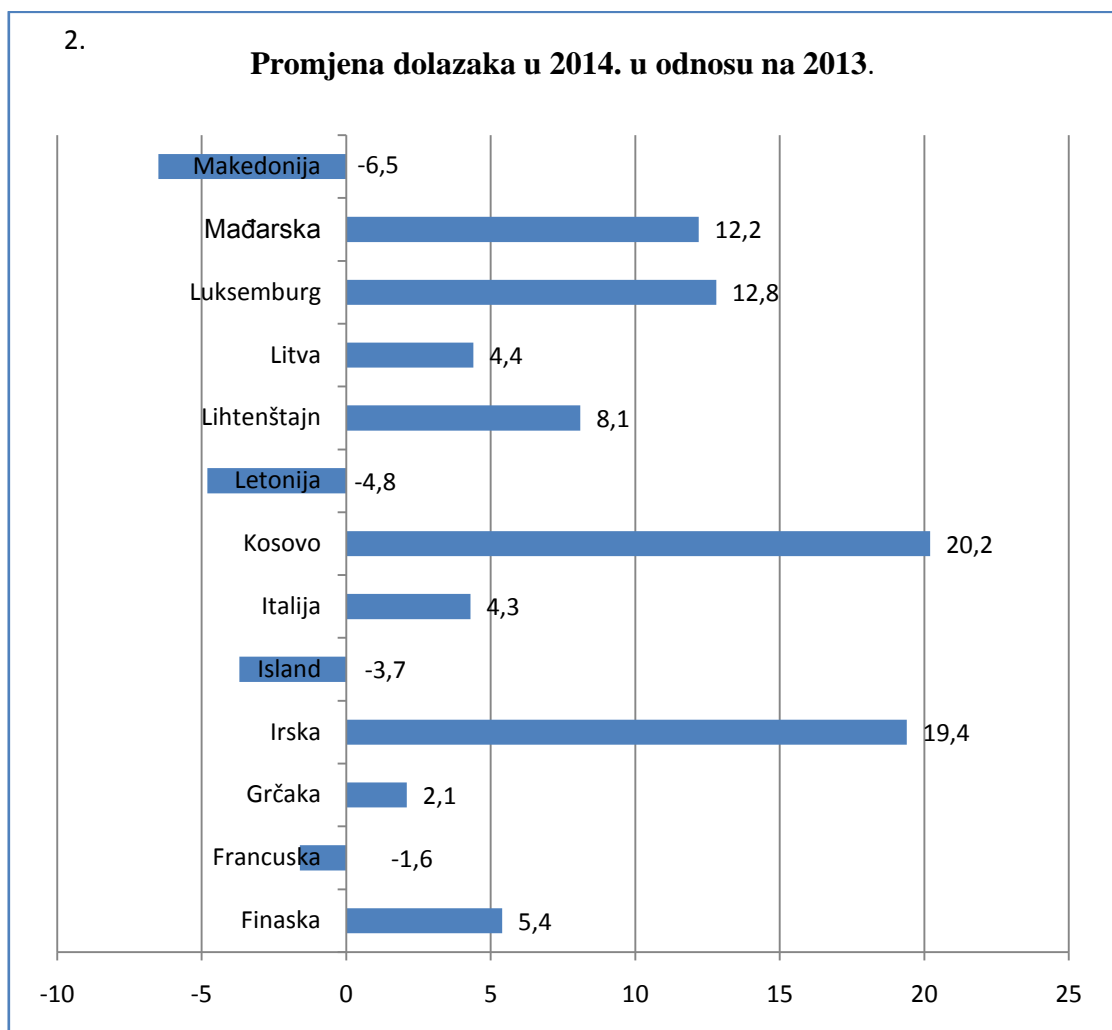
Grafikon 7. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 7 vidimo da se dolazak turista iz Bjelorusije značajno povećao u odnosu na 2013. godinu sa 71,9 % što iznosi 5 344 više turista. Ostale povećane vrijednosti zabilježene su kod turista iz Estonije za 17,5 % što iznosi 2 191 turist više, Cipra, Bugarske, Crne gore te Albanije. Prema tablici također možemo vidjeti da se smanjio broj dolazaka turista iz Danske za 2 940 gostiju te Belgije za 5 571 gosta.

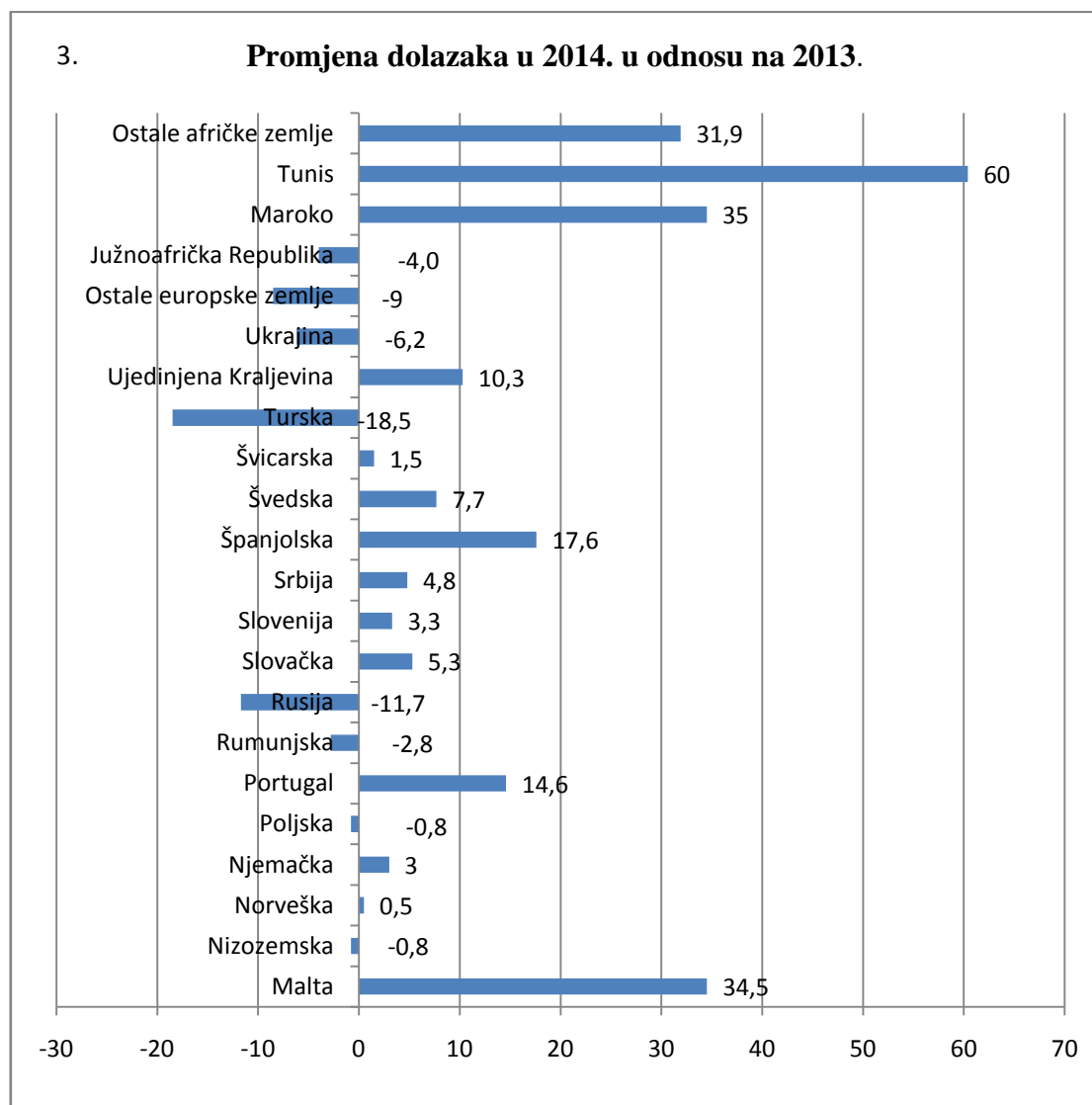
Grafikon 8. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 8 može se vidjeti porast turista iz Kosova za 20,2 % što iznosi 1 547 turista više nego 2013. godine. U porastu dolazaka je Irska sa 19,2 % više dolazaka odnosno 7 409 turista te Luksemburg sa 688 gostiju, Mađarska sa 39 908 gostiju, zatim Lihtenštajn sa 8,1 % odnosno 63 turista više nego 2013. Najveći pad zabilježen je kod Makedonije za 6,5 % što iznosi 1 559 turista manje nego 2013., zatim Letonija 4,8 % odnosno 732 turista, Island 3,7 % odnosno 106 turista te Francuska 1,6 % što iznosi 728 dolazaka manje nego 2013. godine.

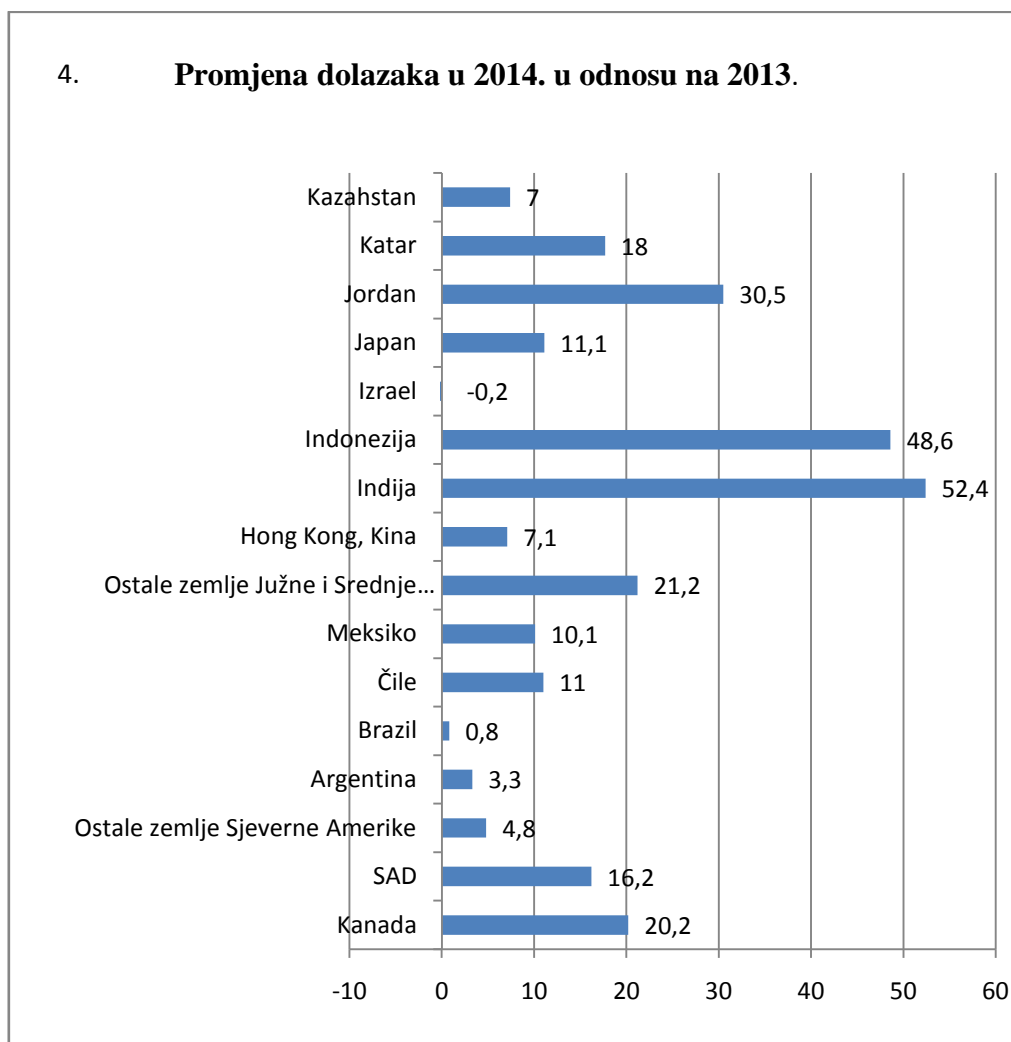
Grafikon 9. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 9 Tunis postiže najviši porast postotka dolazaka sa 60 % što iznosi 343 dolazaka više nego 2013. godine, slijedi Maroko sa 35 % ili 349 dolazaka više, Malta sa 667 dolazaka, ostale afričke zemlje 2 715, Španjolska 27 795, Portugal 3 777. U padu dolazaka je Turska sa 5 945 dolazaka, zatim Rusija 17 696 dolazaka manje od 2013. godine, ostale europske zemlje sa 810, Ukrajina sa 3 199 te Južnoafrička Republika 392 i Nizozemska 2 606 dolazaka manje nego 2013. godine.

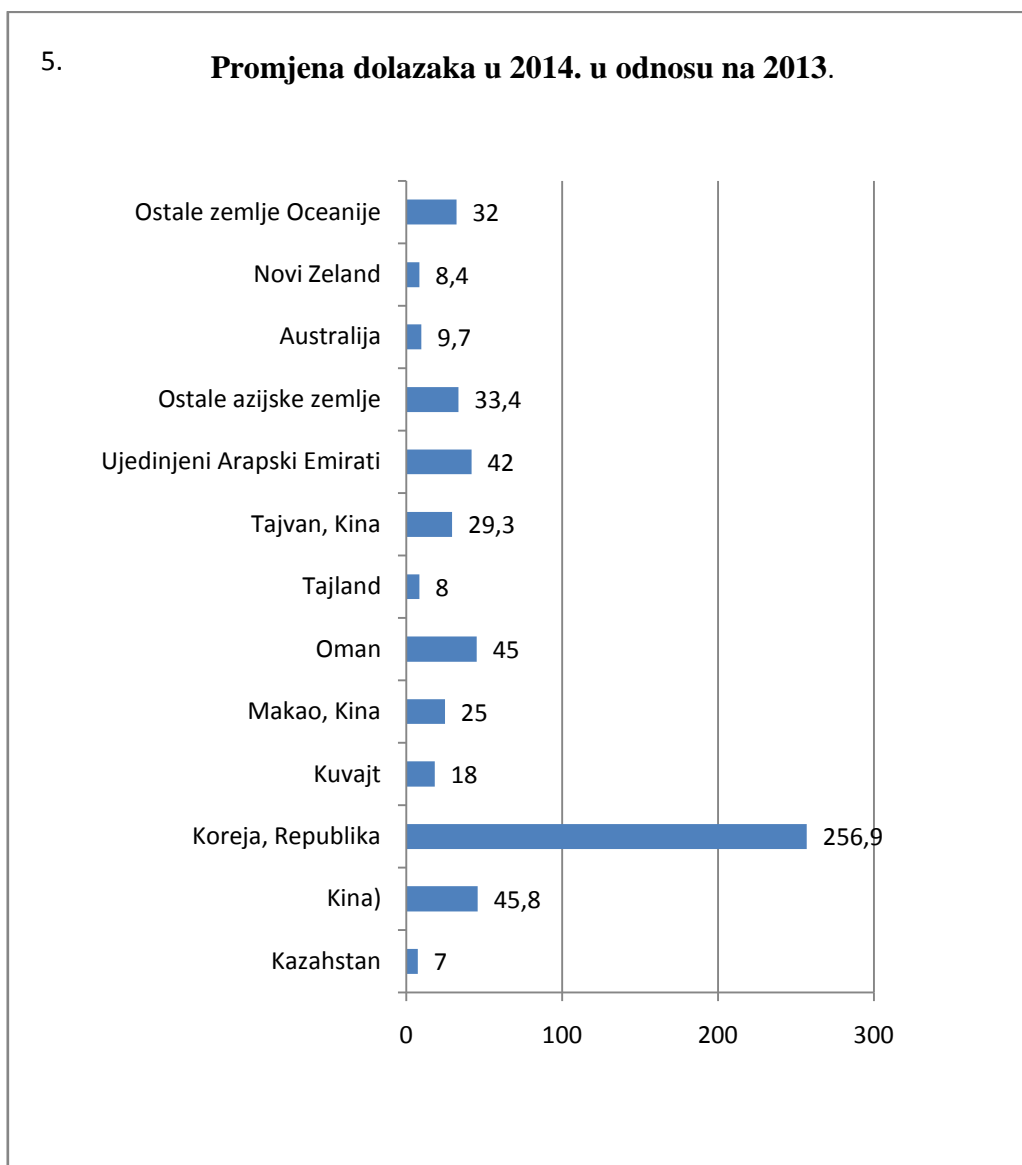
Grafikon 10. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 10 prikazuje porast dolazaka turista iz Indije za 52,4 % odnosno 3 865 dolazaka više od 2013. godine, zatim Indonezija sa 48,6 % ili 1 367 dolazaka, Jordan 30,5 % što je 138 dolazaka više, ostale zemlje Južne i Srednje Amerike 2 597 dolazaka, Meksiko 641, Čile 527, Kanada 13 241, SAD 35 680 dolazaka više nego 2013. Izrael je ostvario pad od 0,2 % što iznosi 90 dolazaka manje nego 2013. godine.

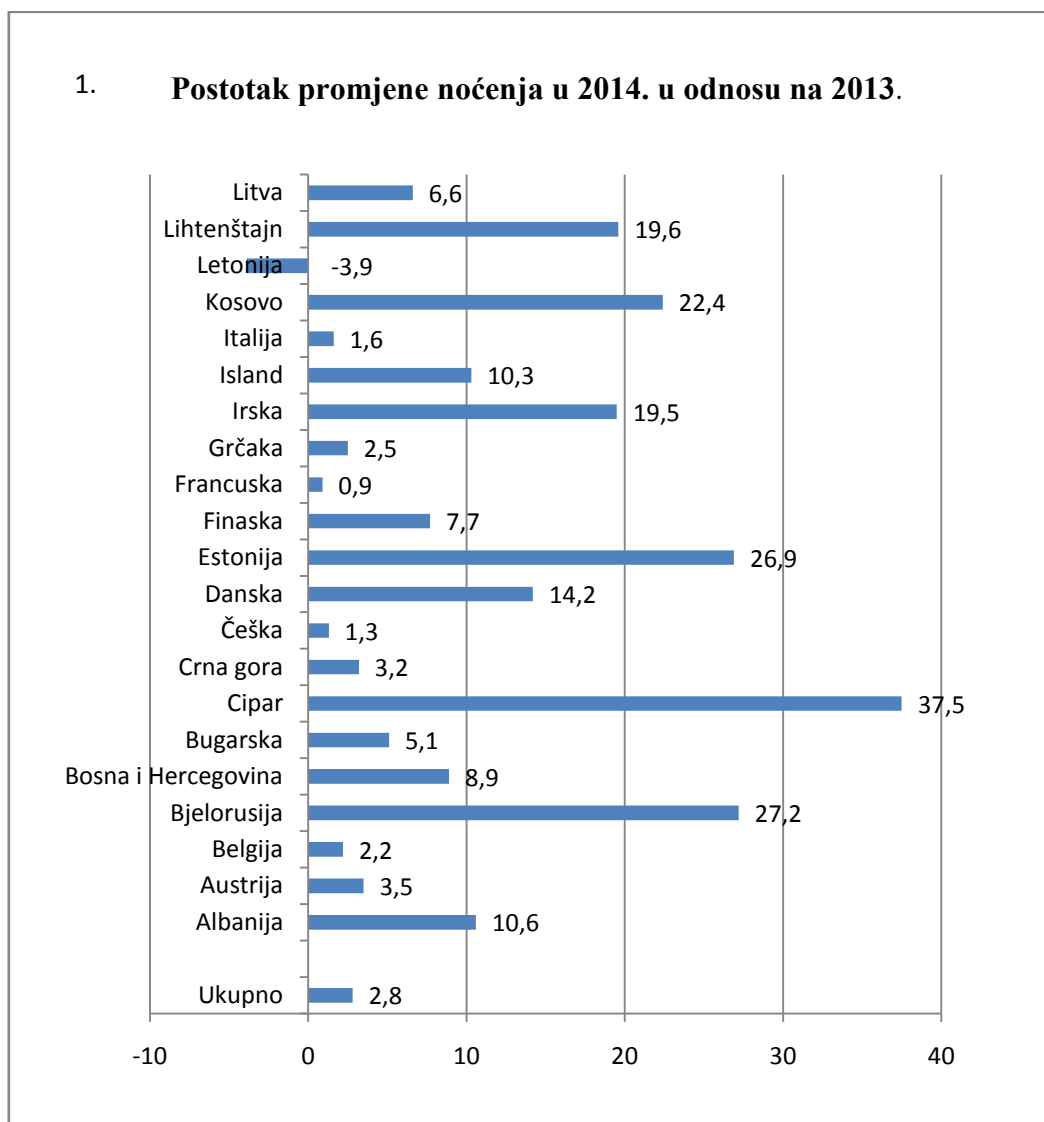
Grafikon 11. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Grafikon 11 prikazuje značajan porast dolazaka državljana Koreje sa 256,9 % što iznosi 190 109 dolazaka više nego 2013. godine. Tu se nalazi i porast dolazaka Kineza 45,8 % odnosno 19 242 te dolazaka ostalih azijskih zemalja 33,4 % što je 13 646 te Oman sa 45 % što iznosi 119 dolazaka više nego 2013.

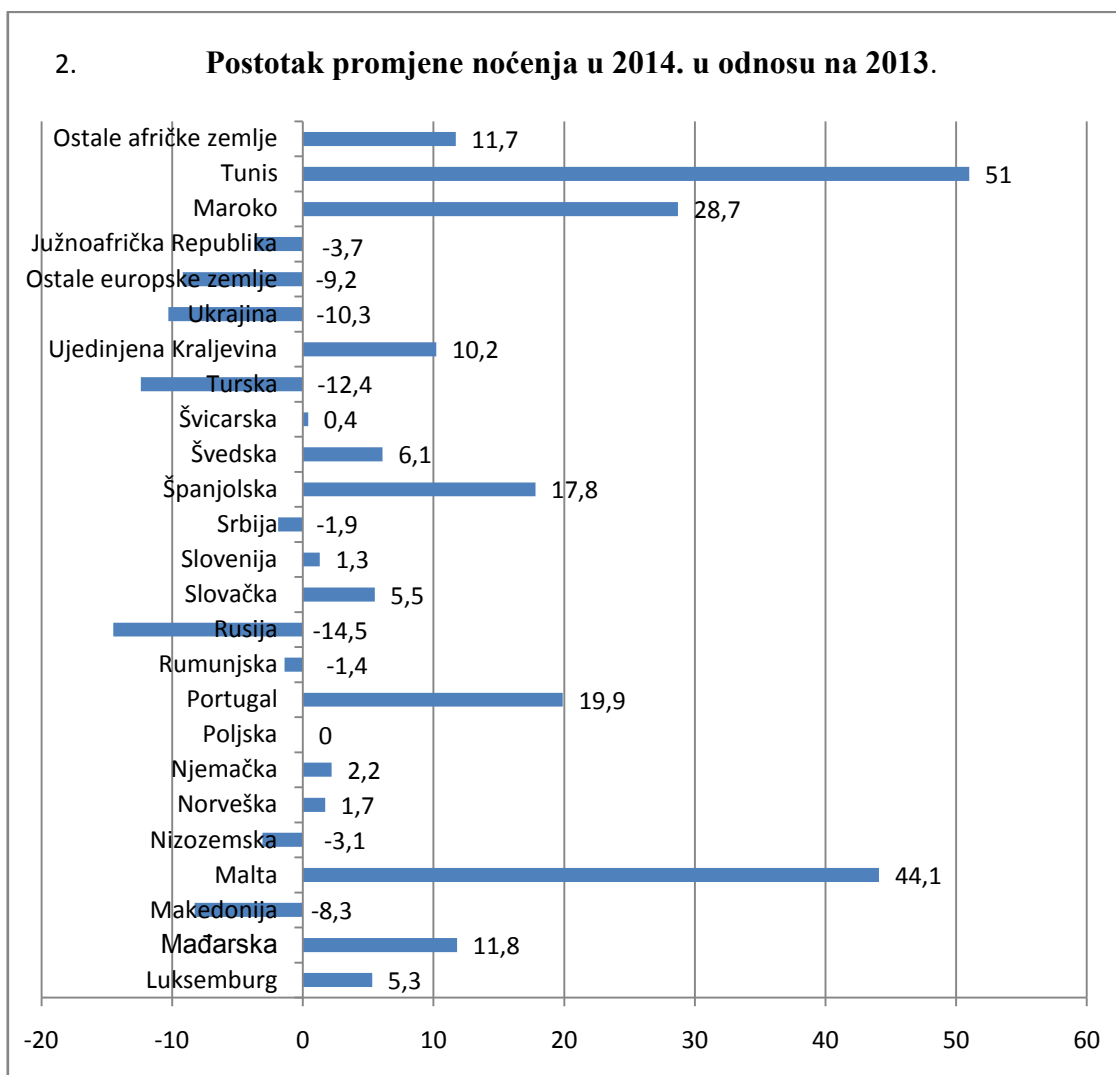
Grafikon 12. Promjena noćenja 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 12 može se vidjeti da su turisti iz Cipra ostvarili znatan porast broja noćenja za 37,5 % više nego 2013. godine, što iznosi 1 448 noćenja, slijedi Bjelorusija sa 27,2 % što iznosi 11 462 noćenja više od 2013., Estonija 26,9 % što je 13 269 noćenja, Irska 19,5 % što je 32 235 noćenja i Lihtenštajn 19,6 % odnosno 72 noćenja više od 2013. godine. Češka je ostvarila porast za 1,3 % ili 60 935 noćenja više. Negativni postotak ostvarili su turisti iz Letonije od 3,9 % što iznosi 1 876 noćenja manje od 2013. godine.

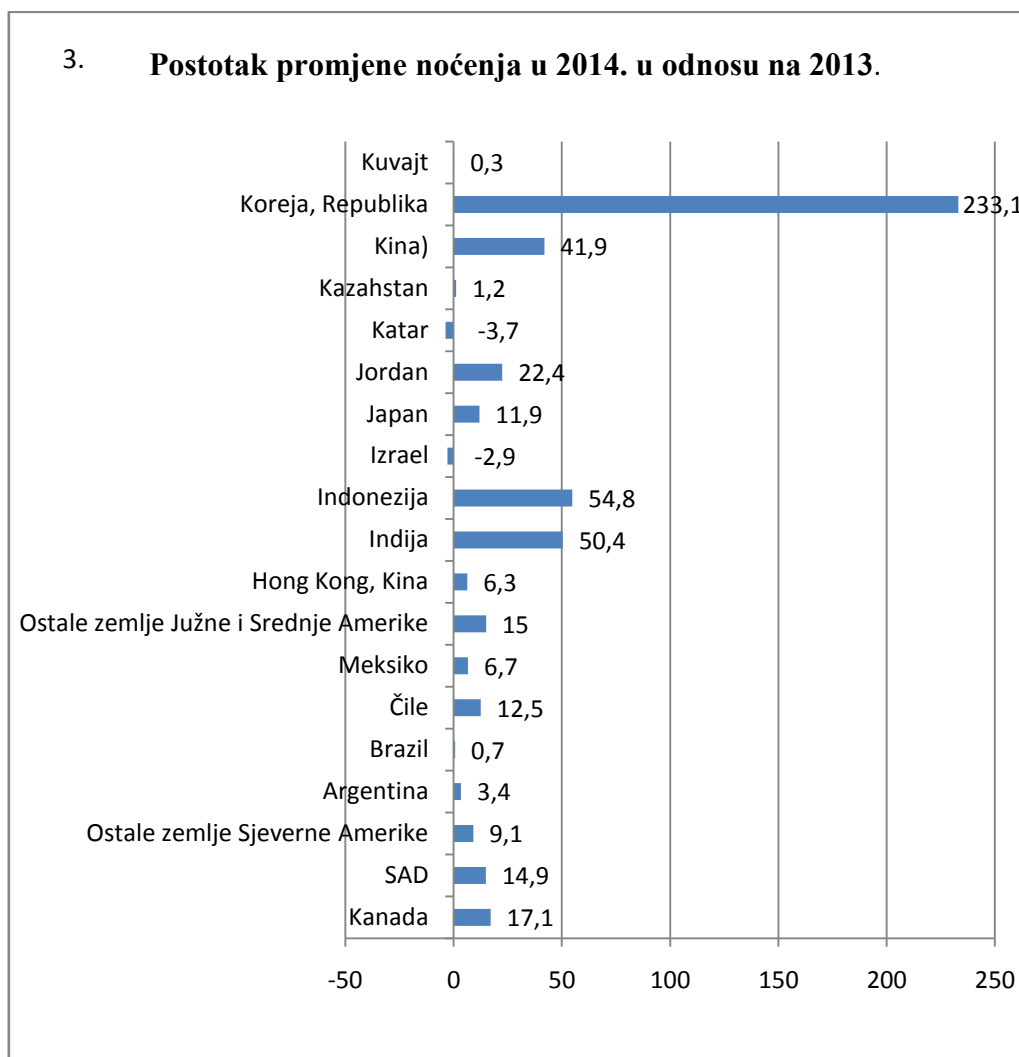
Grafikon 13. Promjena noćenja 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

U grafikonu 13 može se vidjeti da su turisti iz Tunisa ostvarili najviši porast broja noćenja u odnosu na 2013. godinu, a to je 51 % što iznosi 996 noćenja više, slijedi Malta sa 44,1 % odnosno 3 266 noćenja, Maroko 28,7 % što iznosi 1 099 noćenja, Portugal sa 19,9 % odnosno 12 083 noćenja te Španjolska sa 17,8 % što iznosi 56 223 noćenja više nego 2013. Najviši negativan postotak ostvarila je Rusija sa 14,5 % što iznosi 176 725 noćenja manje nego 2013., slijedi Turska 12,4 % što je za 9 239 noćenja manje, Ukrajina 10,3 % odnosno 37 910 noćenja, Makedonija 8,3 % što iznosi 7 076 noćenja te ostale europske zemlje sa 9,2 % što je za 3 408 noćenja manje od 2013.

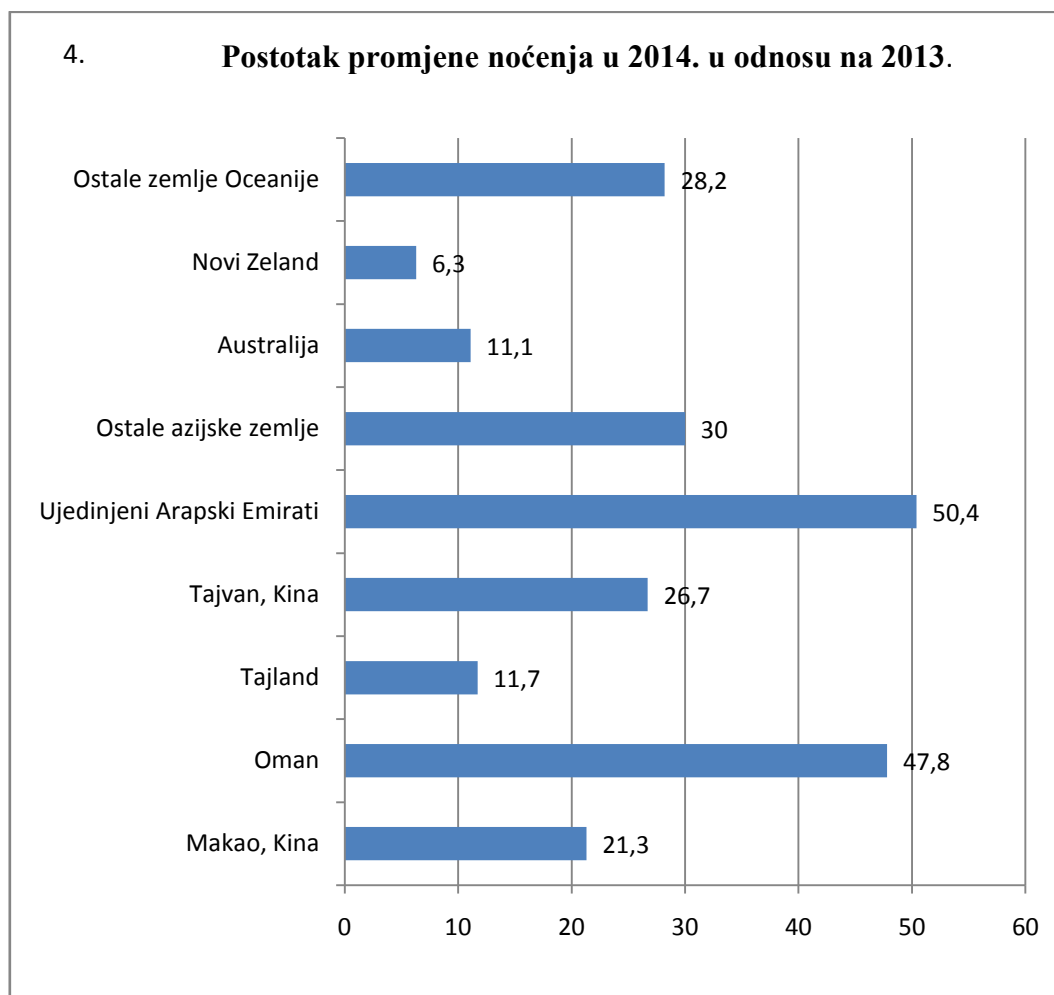
Grafikon 14. Promjena noćenja 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 14 može se vidjeti da je broj noćenja turista iz Koreje znatno povećan za 233,1 % što iznosi 229 421 noćenje više nego 2013. godine, slijede Indonezija sa 54,8 % ili 2 501 noćenje više, zatim Indija 50,4 % što je 8 785 noćenja više, Kina 41,9 % ili 26 396 noćenja, Jordan 22,4 % ili 338 noćenja, Kanada 17,1 % ili 30 024 te SAD sa 14,9 % odnosno 81 824 noćenja više nego 2013. godine. Pad broja noćenja zabilježen je kod turista iz Katara 3,7 % odnosno 84 noćenja te Izraela za 2,9 % što iznosi 2 444 noćenja manje nego 2013.

Grafikon 15. Promjena noćenja 2014. u odnosu na 2013.



Izvor: Vlastita izrada autora

U grafikonu 15 može se vidjeti da je najveći porast broja noćenja u odnosu na 2013. zabilježen kod turista iz Ujedinjenih Arapskih Emirata 50,4 % što je za 1151 noćenje više nego 2013., zatim ostale azijske zemlje 30 % ili 27 360 noćenja, ostale zemlje Oceanije za 28,2 % ili 2 623 noćenja, Oman 47,8 % ili 344 noćenja, Australija 11,1 % ili 28 919 noćenja te Novi Zeland 6,3 % ili 2 821 noćenje više nego 2013.

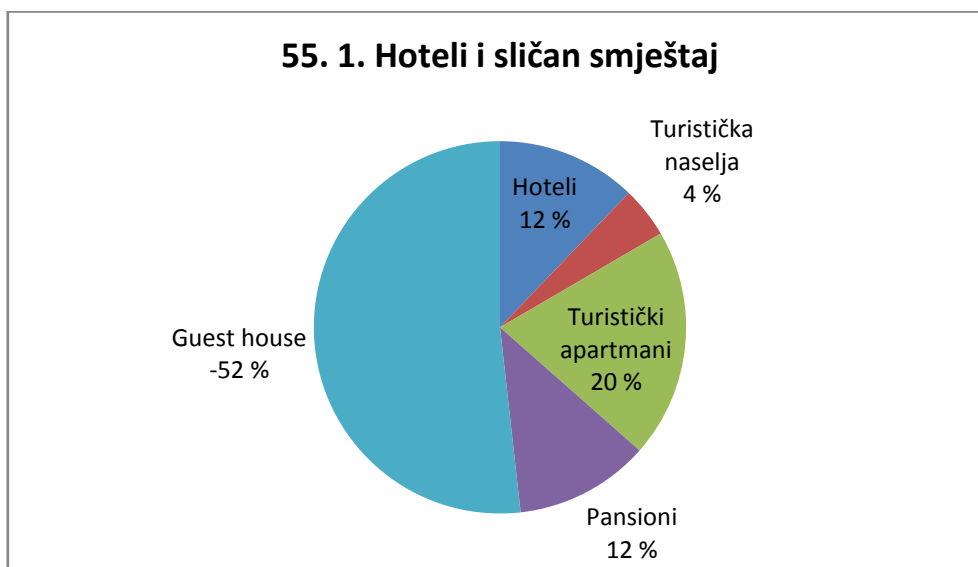
Nadalje prikazani su statistički podaci o dolascima i noćenju turista prema NKD-u 2007., odjeljaka 55. i vrstama turističkih smještajnih kapaciteta.

Tablica 4. Hoteli i sličan smještaj

	DOLASCI		
	2013.	2014.	Index
55. 1. Hoteli i sličan smještaj	4 666 142	4 911 252	105,3
Hoteli	4 033 177	4 255 182	105,5
Turistička naselja	371 225	378 664	102,0
Turistički apartmani	187 734	204 608	109,0
Pansioni	56 091	59 072	105,3
Guest house	17 915	13 726	76,6

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014.; <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 16. Hoteli i sličan smještaj



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema kategoriji 55.1. Nacionalne klasifikacije djelatnosti - NKD 2007., može se vidjeti da turistički apartmani zauzimaju najveći porast u postotku od 9 %, što iznosi 16 874 dolazaka više od 2013. godine. Slijede hoteli sa 5,5 %, odnosno 222 005 dolazaka,

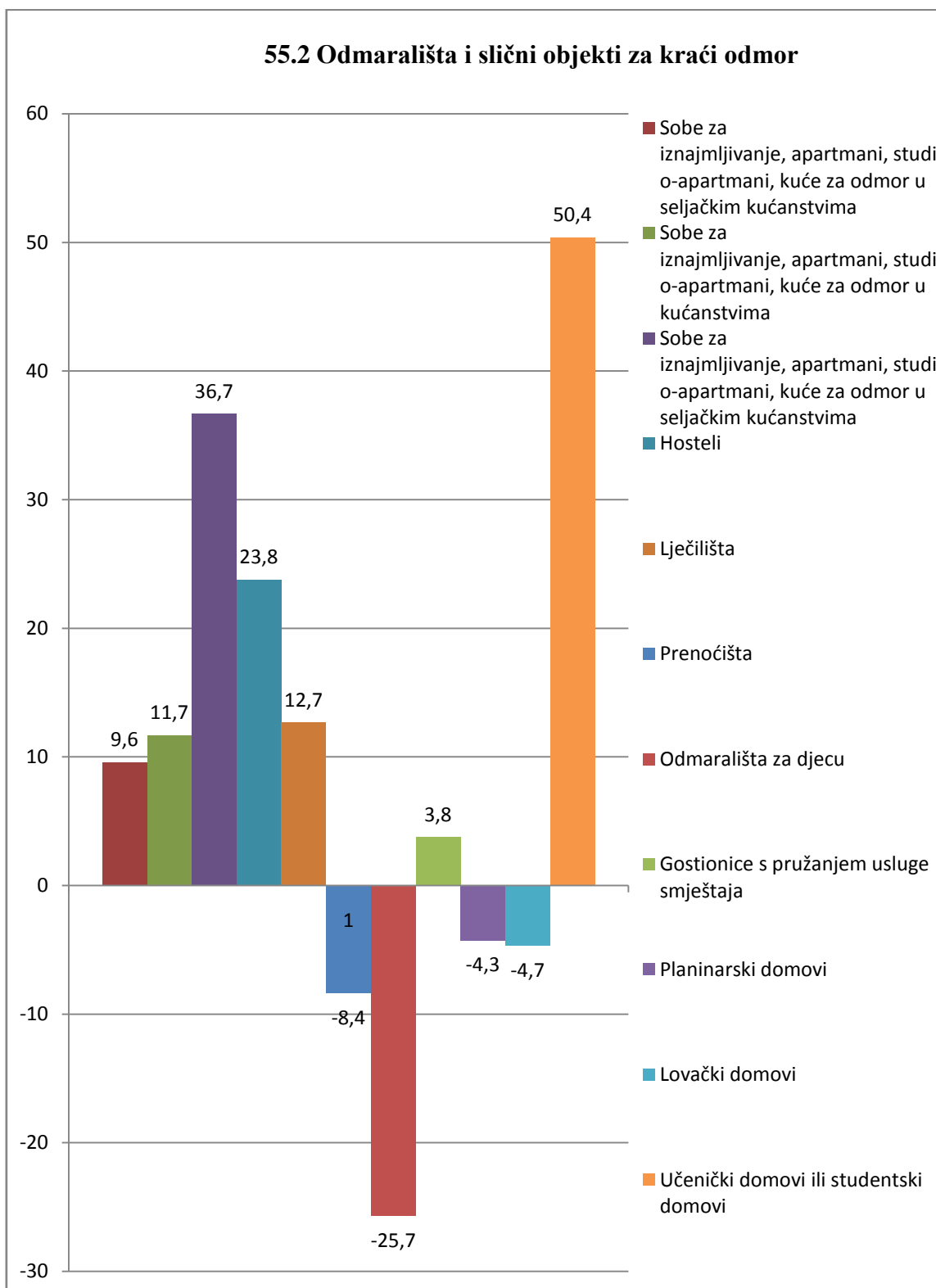
pansioni sa 5,3 % odnosno 2981 dolazaka više od 2013. godine. Turistička naselja ostvarila su 2 % ili 7439 dolazaka više. Guest house je zabilježio pad od 24,4 %, odnosno 4189 manje dolazaka u odnosu na 2013.godinu.

Tablica 5. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor

55.2. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	3 717 591	4 155 018	111,8
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u seljačkim kućanstvima	540 047	591 623	109,6
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u kućanstvima	2 945 973	3 291 628	111,7
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u seljačkim kućanstvima	4 089	5 591	136,7
Hosteli	165 439	204 852	123,8
Lječilišta	14 643	16 505	112,7
Prenoćišta	32 063	29 360	91,6
Odmarališta za djecu	5 909	4 390	74,3
Gostionice s pružanjem usluge smještaja	3 300	3 427	103,8
Planinarski domovi	867	830	95,7
Lovački domovi	1 998	1 905	95,3
Učenički domovi ili studentski domovi	3 263	4 907	150,4

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014.; <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 17. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor



Izvor: Vlastita izrada autora

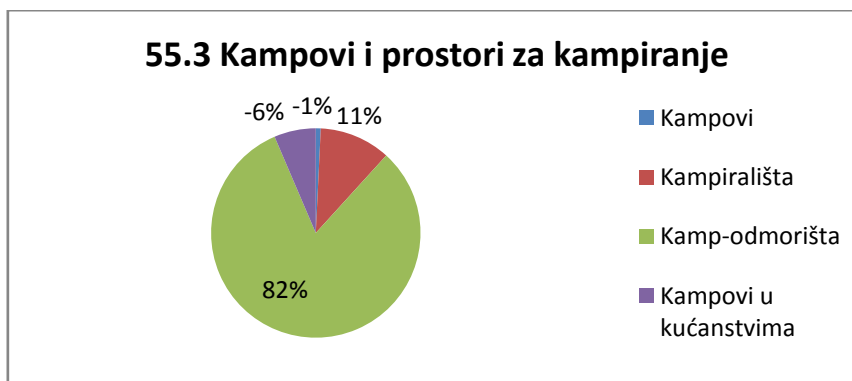
Prema grafikonu 17 najveći porast zabilježen je kod učeničkih domova za 50,4 % odnosno 1 644 dolaska. Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u seljačkim kućanstvima ostvarili su 36,7 % ili 1 502 dolaska više, hosteli 23,8 % ili 39 413 dolazaka više, lječilišta 12,7 % odnosno 1 862 dolaska više, Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u kućanstvima 11,7 % ili 345 655 dolazaka više, Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor u seljačkim kućanstvima 9,6 % ili 51 576 dolazak više te Gostionice s pružanjem usluge smještaja 3,8 % odnosno 127 dolazaka više. Broj dolazaka u odmarališta za djecu se smanjio za 25,7 % ili 1 519 dolazaka. U padu je i broj dolazaka u prenoćišta za 8,4 % što iznosi 2 703, lovačke domove 4,7 % odnosno 93 dolaska te planinarske domove sa 4,3 % ili 37 dolazaka manje nego 2013. godine.

Tablica 6. Kampovi i prostori za kampiranje

55.3 Kampovi i prostori za kampiranje	2 384 465	2 372 536	99,5
Kampovi	2 295 720	2 280 908	99,4
Kampirališta	36 319	39 462	108,7
Kamp-odmorišta	3 451	5 688	164,8
Kampovi u kućanstvima	48 975	46 478	94,9

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014.; <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 18. Kampovi i prostori za kampiranje



Izvor: Vlastita izrada autora

Dolasci u kamp odmorišta znatno su se povećali za 64,8 % što je za 2 237 više nego 2013. godine. Slijede kampirališta sa 8,7 % odnosno 3 143 dolazaka više. Za 5.1 % smanjio se broj dolazaka u kampove u kućanstvima što iznosi 2 497 te za 0.6 % smanjio se broj dolazaka u kampove što iznosi 14 812 dolaska manje nego 2013. godine. Može se zaključiti da je korištenje kampova najpopularnije u toj kategoriji.

Tablica 7. Ostali smještaj

55.9. Ostali smještaj	180 168	184 155	102,2
Objekti za robinzonski turizam	Z	z	z
Brodске kabine	Z	z	z
Spavaći i kušet-vagoni	Z	z	z
Nekategorizirani objekti	22 811	13 847	60,7

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014.; <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

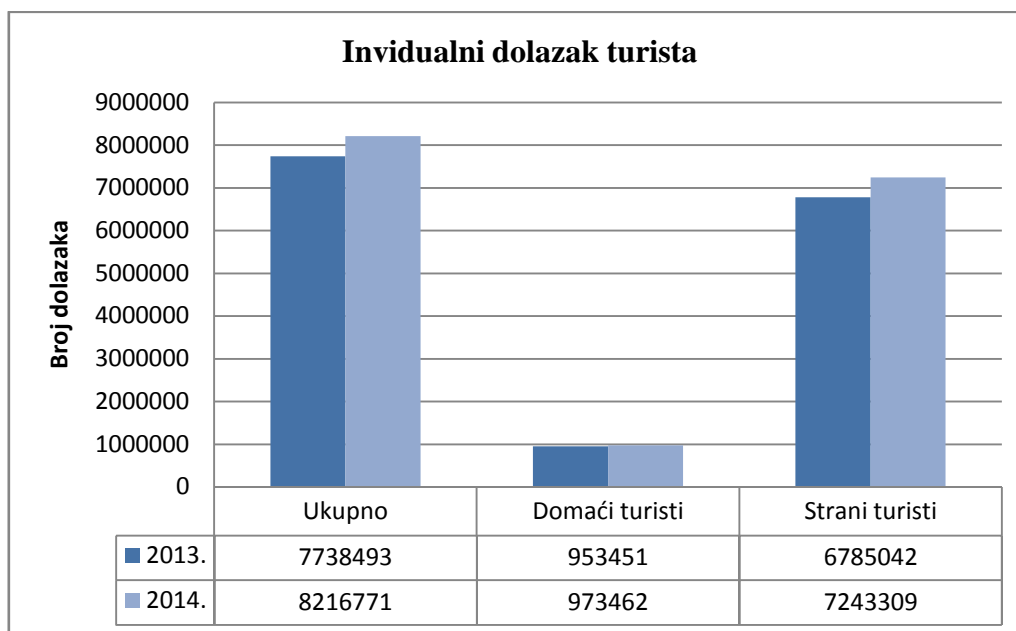
U sljedećim grafovima prikazani su statistički podaci o dolascima i noćenju turista prema načinu dolaska.

Tablica 8. Individualni dolasci turista

	DOLASCI		
	2013.	2014.	INDEX
Ukupno	7 738 493	8 216 771	106,2
Domaći turisti	953 451	973 462	102,1
Strani turisti	6 785 042	7 243 309	106,8

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 19. Individualan dolazak turista



Izvor: Vlastita izrada autora

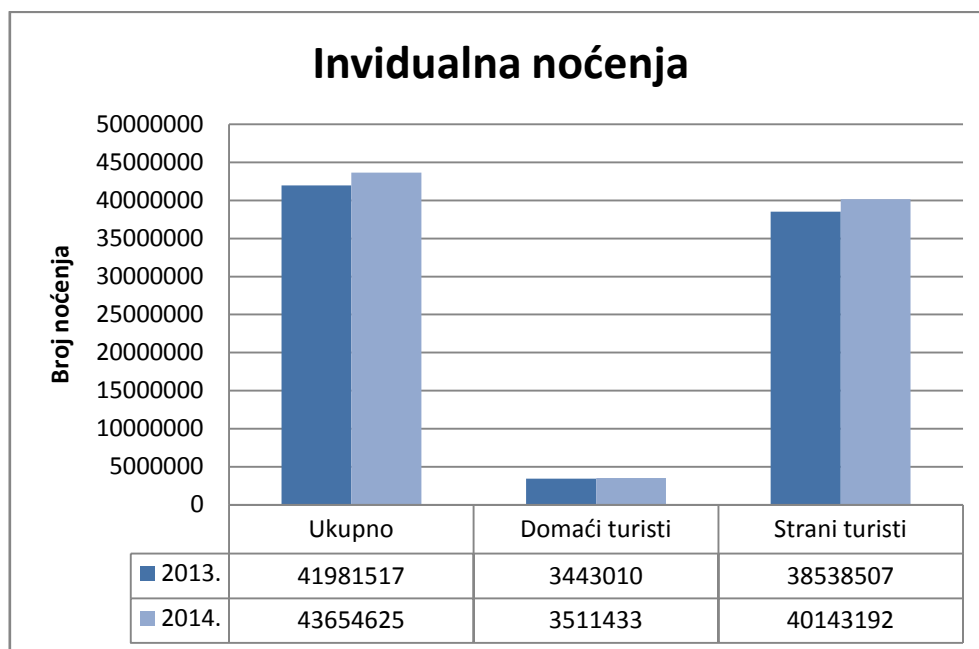
Ukupan broj turista koji dolaze individualno povećao se u 2014. godini za 478 278 dolazaka. Domaći turisti ostvarili su 20 011 individualnih dolazaka više, a strani turisti 458 267 individualnih dolazaka više nego 2013. godine.

Tablica 9. Noćenja turista

	NOĆENJA		
	2013.	2014.	INDEX
Ukupno	41 981 517	43 654 625	104
Domaći turisti	3 443 010	3 511 433	102
Strani turisti	38 538 507	40 143 192	104,2

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014.; <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 20. Invidualna noćenja turista



Izvor: Vlastita izrada autora

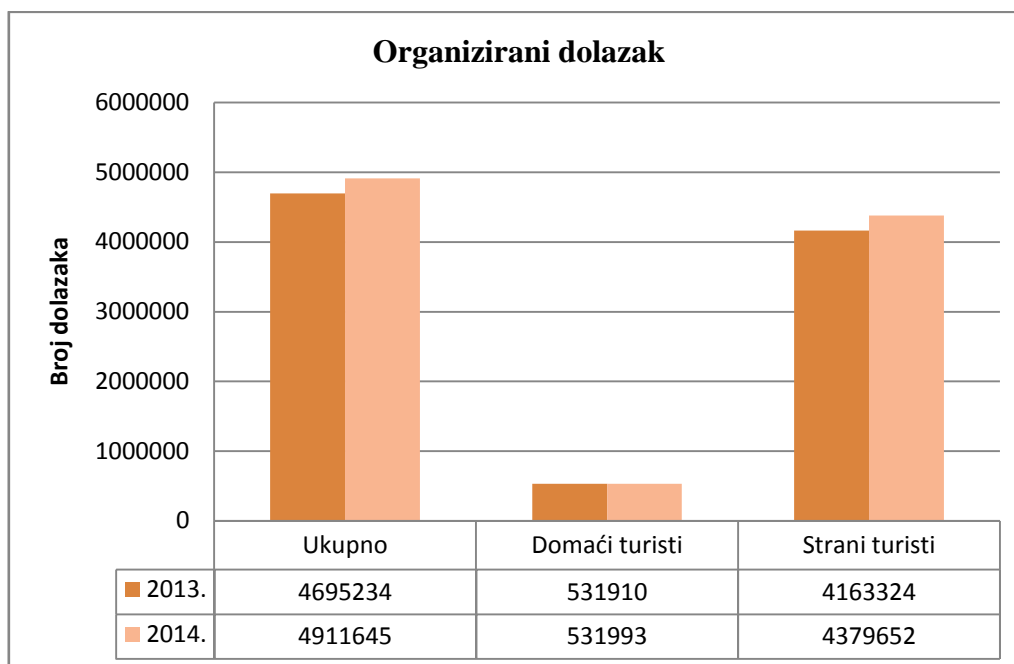
Ukupan broj domaćih i stranih turista koji su u kategoriji individualno organiziranih noćenja je u 2013. veći je za 1 673 108. Domaći turisti ostvarili su 68 423 individualna noćenja, a strani turisti 1 604 685 individualnih noćenja više nego 2013.godine.

Tablica 10. Dolasci turista

	DOLASCI		
	2013.	2014.	INDEX
Ukupno	4 695 234	4 911 645	104,6
Domaći turisti	531 910	531 993	100
Strani turisti	4 163 324	4 379 652	105,2

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 21. Organizirani dolazak turista



Izvor: Vlastita izrada autora

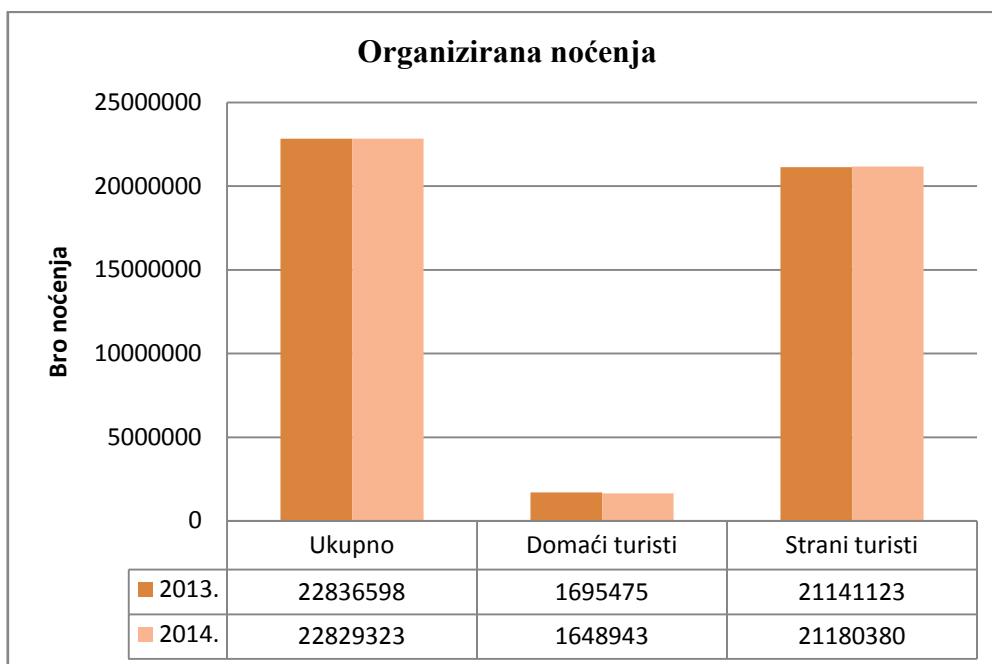
Prema grafikonu 21 može se vidjeti da je ukupan broj organiziranog dolaska turista porastao za 216 411 dolazaka. Domaći turisti ostvarili su 83 organizirana dolaska više, a strani turisti 216 328 organizirana dolaska više nego 2013. godine.

Tablica 11. Organizirana noćenja turista

	2013.	2014.	INDEX
Ukupno	22 836 598	22 829 323	100
Domaći turisti	1 695 475	1 648 943	97,3
Strani turisti	21 141 123	21 180 380	100,2

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja turista u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 22. Organizirana noćenja turista u 2013. i 2014.



Izvor: Vlastita izrada autora

Prema grafikonu 22 može se vidjeti da se ukupan broj organiziranih noćenja smanjio za 7 275. Domaći turisti ostvarili su 46 532 organizirana noćenja manje, a strani turisti 39 257 organizirana noćenja više u odnosu na 2013. godinu.

U sljedećim grafikonima prikazani su smještajni kapaciteti prema NKD-u 2007., odjeljak 55. i vrstama turističkih smještajnih objekata u kojima su ostvarena noćenja u 2014.

Tablica 12. Hoteli i slični smještaj

	Objekti	Broj smještajnih jedinica				Stalne postelje	Broj kućanstava
		Ukupno	sobe	apartmani	mjesta za kampiranje		
Ukupno	4 651	336 290	130 153	129 160	76 977	898 725	63 094
55.1. Hoteli i slični smještaj	909	77 312	64 846	12 466	-	161 875	-

Hoteli	685	60 333	56 801	3 532	-	118 318	-
Turistička naselja	47	10 138	5 782	4 356	-	24 615	-
Turistički apartmani	51	4 394	19	4 375	-	13 605	-
Pansioni	119	1 962	1 797	165	-	4 223	-
Guest house	7	485	447	38	-	1 114	-

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Tablica 13. Odmarališta i slični objekti za odmor

55.2. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	3 452	178 446	62 776	115 649	21	496 276	62 792
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor	3 113	21 581	8 327	13 254	-	57 531	-
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za odmor, kuće za odmor u kućanstvima	-	148 419	46 166	102 253	-	414 416	62 693
Sobe za iznajmljivanje, apartmani, studio-apartmani, kuće za	-	380	310	70	-	856	99

odmor u seljačkim kućanstvima							
Hosteli	168	2 747	2.741	6	-	10 546	-
Lječilišta	10	1 319	1.307	12	-	2 384	-
Prenoćišta	60	1 371	1.370	1	-	2 999	-
Odmarališta za djecu	33	733	666	46	21	2 893	-
Gostionice s pružanjem usluge smještaja	16	149	149	-	-	312	-
Planinarski domovi	21	160	160	-	-	768	-
Lovački domovi	21	137	130	7	-	302	-
Učenički domovi ili studentski domovi	10	1 450	1 450	-	-	3 269	-

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Tablica 14. Kampovi i prostori za kampiranje

55.3. Kampovi i prostori za kampiranje	269	78 696	879	1 000	76 817	235 676	302
Kampovi	224	75 242	872	997	73 373	225 900	-
Kampirališta	36	1 130	-	-	1 130	3 410	-
Kamp-odmorišta	9	200	-	-	200	611	-
Kampovi u kućanstvima	-	2 124	7	3	2 114	5 755	302

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Tablica 15. Ostali smještaj

55.9 Ostali smještaj	21	1 836	1 652	45	139	4 898	-
Objekti za robinzonski turizam	z	z	z	-	z	z	-
Brodске kabine	z	z	z	-	-	z	-
Spavaći i kušet-vagoni	z	z	z	-	-	z	-
Nekategorizirani objekti	17	1 292	1 128	45	119	2 907	-

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

U nastavku prikazani su statistički podaci prema skupinama NKD-a 2007. o popunjenosti stalnih postelja.

Tablica 16. Popunjenost stalnih postelja

	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.
55.1 Hoteli i slični smještaj	12,80	18,7	20,5	29,3	41,8	64,7
55.2 Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	13	14,1	13,3	15,5	17	31,4
55.3 Kampovi i prostori za kampiranje	0,3	0,4	0,8	3,9	10,6	38,1
55.9 Ostali smještaj	11,7	8,5	11,2	16,8	17,6	27,6

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

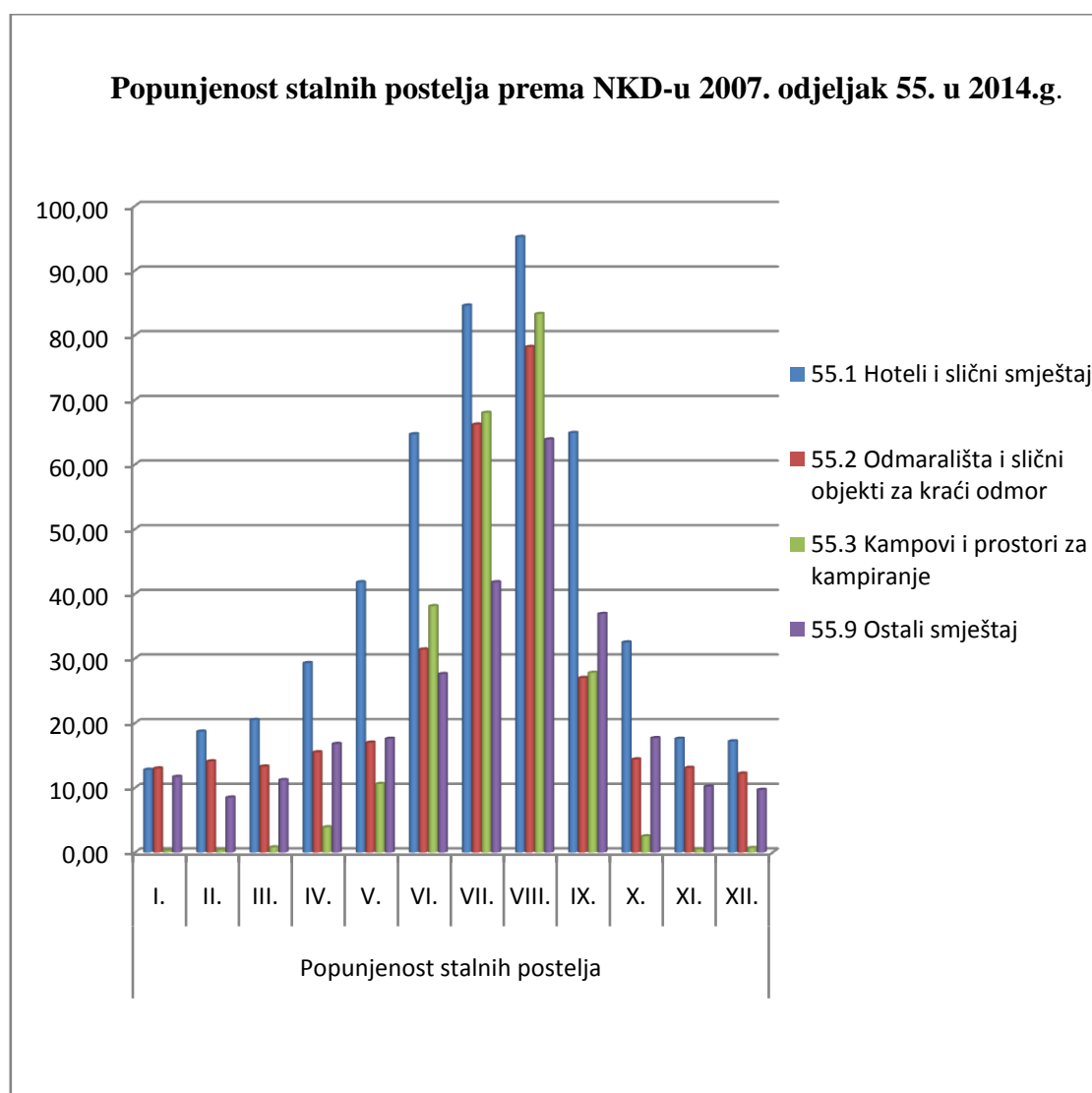
Tablica 17. Popunjenost stalnih postelja

	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
55.1 Hoteli i slični smještaj	84,6	95,2	64,9	32,5	17,6	17,2
55.2 Odmarališta i slični objekti za kraći odmor	66,2	78,2	27	14,4	13,1	12,2

55.3 Kampovi i prostori za kampiranje	68	83,3	27,8	2,5	0,5	0,7
55.9 Ostali smještaj	41,8	63,9	36,9	17,7	10,2	9,7

Izvor: Državni zavod za statistiku; dolasci i noćenja u 2014., <http://www.dzs.hr/>
(15.05.2016.)

Grafikon 23. Popunjenost stalnih postelja u 2014.



Izvor: Vlastita izrada autora

6. ZAKLJUČAK

Prema ovom završnom radu može se zaključiti da je turizam vrlo složena pojava koja se može promatrati s različitih aspekata. Iako postoji oko 80 definicija turizma, izvorno se turizam najviše povezuje s aktivnostima napuštanja mjesta stalnog boravka, putovanja, očekivanja zadovoljstva koje mu pružaju novosti i promjene doživljene na putovanju, smještaj u ugostiteljskom objektu najmanje jednu noć odnosno 24 sata, sport, rekreacija te ostale aktivnosti koje nisu povezane s obavljanjem gospodarskih aktivnosti. S druge strane turizam ima različite funkcije, a u ovom radu opširnije se govori o gospodarskoj funkciji odnosno dolascima, potrošnji, trajanju boravka, posjećenosti te aktivnostima stranih turista u Hrvatskoj.

Hrvatska kao turistička destinacija već je dugi niz godina vrlo poželjna stranim turistima što dokazuju i statistički podaci prema kojima je 2014. godine zabilježeno 39 % turista od 41 godine koji su Hrvatsku posjetili šest puta ili čak i više. 2014. godine ukupan broj turista je 13 128 416 što je za 5,6 % više od 2013. godine, domaći turisti ostvarili su 1 505 455 dolazaka odnosno porast od 1,4 % više nego prethodne godine, strani turisti ostvarili su 11 622 961 dolazaka odnosno 6,2 % više nego u 2013. godini. Među najveće potrošače ubrajaju se Britanci koji u prosjeku dnevno troše 122 eura, zatim Rusi sa 99 eura, Francuzi sa 95 eura i Austrijanci sa 72 eura po osobi. Što se tiče podataka koji su se obrađivali, a odnose se na 2013. i 2014. godinu može se zaključiti da je turistička aktivnost na prostoru Hrvatske bila veća u 2014. godini nego u 2013. godini. Srednje vrijednosti poput aritmetičke sredine, standardne devijacije, koeficijent varijacije, te Pearsonov koeficijent korelacije daju nam detaljan uvid o odstupanjima odnosno blizini vrijednosti podataka. Zemlje koje su ostvarile visoke postotke dolazaka u 2014. godini u odnosu na 2013. godinu su: Bjelorusija, Koreja, Irska, Tunis, Maroko, Malta, Indija, Indonezija, Kosovo. Zemlje koje su ostvarile značajni pad postotka posjećenosti su: Turska, Rusija, Makedonija, Letonija. Jedan od značajnijih razloga dolazaka povećanog dolaska stranih turista jest i izlazak mnogih zemalja iz gospodarske i recesijske krize čime se povećala kupovna odnosno ekonomska moć građana.

Govoreći o Hrvatskom turizmu treba naglasiti da Hrvatska još uvijek unatoč brojnim potencijalima za selektivni turizam, razvija i ubire prihod od masovnog turizma što može imati loš utjecaj na prirodu, kulturnu baštinu i na samo zadovoljstvo pojedinih gostiju.

Radi bogate povijesti, prirodne i kulturne baštine, te čistog mora i uređenih plaža, kulturnih i zabavnih manifestacija, prirodnih resursa i smještajnih objekata, Hrvatska se svrstava u jednu od najljepših turističkih zemalja svijeta, a samim time i na listu prioriteta za posjet turista.

7. LITERATURA

Popis knjiga i članaka:

1. Andrlić, B. mr.sc. (2011). Čimbenici marketinškog orkuženja u turizmu, praktični menadžemnt, stručni članak za teoriju i praksu menadžmenta
2. Bellulo, A. (2011). Analiza čimbenika elastičnosti na dolaske i noćenja turista na primjeru turističkog naselja Barbariga, pregledan članak; Odjel za ekonomiju i turizam „dr. Mijo Mirković, Pula
3. Benšić, M., Šuvak, N. (2013) – Primijenjena statistika, Sveučilište J.J. Strossmayera, Odjel za matematiku, str.1
4. Čavlek, N. i sur. (2011). Turizam ekonomske osnove i organizacijski sustav; Zagreb
5. Freyer, W. (1998). Evet-Managemet in Tourismus, str.5
6. Jagić, S. (2005). Turizam i slobodno vrijeme: mogućnosti i načini provođenja, pregledan članak, Sveučilište u Zadru, Odjel za pedagogiju, Zadar
7. Pirjevec, B., Kesar, O. (2002). Počela turizma, Zagreb
8. Šošić, I., Serdar, V. (1997). Uvod u statistiku, str. 38., 63., 151.
9. Vukonić, B., Čavlek, N. (2001). Rječnik turizma, Zagreb

Literatura preuzeta za internetskih stranica:

1. Državni zavod za statistiku, <http://www.dzs.hr/> (15.05.2016.)
2. Pravilnik o razvrstavanju, minimalnim uvjetima i kategorizaciji ugostiteljskih objekata, <http://www.mint.hr/UserDocsImages/nn-57-95Pravilnik%20o%20razvrstavanjukateg-ugostiteljski-objekti.htm> (30.05.2016.)

PREGLED SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

Pregled slika:

<i>Slika 1.</i> Faze razvoja turizma prema Freyeru.....	7
<i>Slika 2.</i> Faze razvoja turizma prema UNWTO-u.....	8
<i>Slika 3.</i> Prikaz specifičnih oblika turizma prema prirodnim i društvenim resursima....	14
<i>Slika 4.</i> Prikaz djelovanja turističkog tržišta.....	16

Pregled tablica:

<i>Tablica 1.</i> Potražnja u destinaciji – prosječni izdaci po osobi.....	19
<i>Tablica 2.</i> Statistička analiza dolazaka stranih turista za 2014. u odnosu na 2013.....	21
<i>Tablica 3.</i> Dolasci i noćenja stranih turista prema zemlji prebivališta.....	23
<i>Tablica 4.</i> Hoteli i slični smještaj.....	39
<i>Tablica 5.</i> Odmarališta i slični objekti za kraći odmor.....	40
<i>Tablica 6.</i> Kampovi i prostori za kampiranje.....	42
<i>Tablica 7.</i> Ostali smještaj.....	43
<i>Tablica 8.</i> Individualni dolasci turista.....	43
<i>Tablica 9.</i> Noćenja turista.....	44
<i>Tablica 10.</i> Dolasci turista.....	45
<i>Tablica 11.</i> Organizirana noćenja turista.....	46
<i>Tablica 12.</i> Hoteli i slični smještaj.....	47
<i>Tablica 13.</i> Odmarališta i slični objekti za kraći odmor.....	48
<i>Tablica 14.</i> Kampovi i prostori za kampiranje.....	49

<i>Tablica 15. Ostali smještaj.....</i>	<i>50</i>
---	-----------

<i>Tablica 16. Popunjenost stalnih postelja.....</i>	<i>50</i>
--	-----------

<i>Tablica 17. Popunjenost stalnih postelja.....</i>	<i>50</i>
--	-----------

Popis grafikona:

<i>Grafikon 1. Učestalost dolazaka u Hrvatsku.....</i>	<i>19</i>
--	-----------

<i>Grafikon 2. Prosječna dnevna potrošnja po osobi u € stranih turista.....</i>	<i>20</i>
---	-----------

<i>Grafikon 3. Analiza dolazaka stranih turista 2014.....</i>	<i>21</i>
---	-----------

<i>Grafikon 4. Dolasci 2014.....</i>	<i>22</i>
--------------------------------------	-----------

<i>Grafikon 5. Analiza noćenja stranih turista za 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>22</i>
---	-----------

<i>Grafikon 6. Analiza noćenja stranih turista za 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>23</i>
---	-----------

<i>Grafikon 7. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>30</i>
--	-----------

<i>Grafikon 8. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>31</i>
--	-----------

<i>Grafikon 9. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>32</i>
--	-----------

<i>Grafikon 10. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>33</i>
---	-----------

<i>Grafikon 11. Promjena dolazaka u 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>34</i>
---	-----------

<i>Grafikon 12. Prikaz noćenja 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>35</i>
--	-----------

<i>Grafikon 13. Prikaz noćenja 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>36</i>
--	-----------

<i>Grafikon 14. Prikaz noćenja 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>37</i>
--	-----------

<i>Grafikon 15. Prikaz noćenja 2014. u odnosu na 2013.....</i>	<i>38</i>
--	-----------

<i>Grafikon 16. Hoteli i slični smještaj.....</i>	<i>39</i>
---	-----------

<i>Grafikon 17. Odmarališta i slični objekti za kraći odmor.....</i>	<i>41</i>
<i>Grafikon 18. Kampovi i prostori za kampiranje.....</i>	<i>42</i>
<i>Grafikon 19. Invidualni dolasci turista.....</i>	<i>44</i>
<i>Grafikon 20. Invidualna noćenja turista.....</i>	<i>45</i>
<i>Grafikon 21. Organizirani dolasci turista.....</i>	<i>46</i>
<i>Grafikon 22. Organizirana noćenja turista.....</i>	<i>47</i>
<i>Grafikon 23. Popunjenost stalnih postelja.....</i>	<i>51</i>